

TẠO DỰNG GIÁ TRỊ

cho

CỔ ĐÔNG

Bộ quy tắc ứng xử của LG Electronics

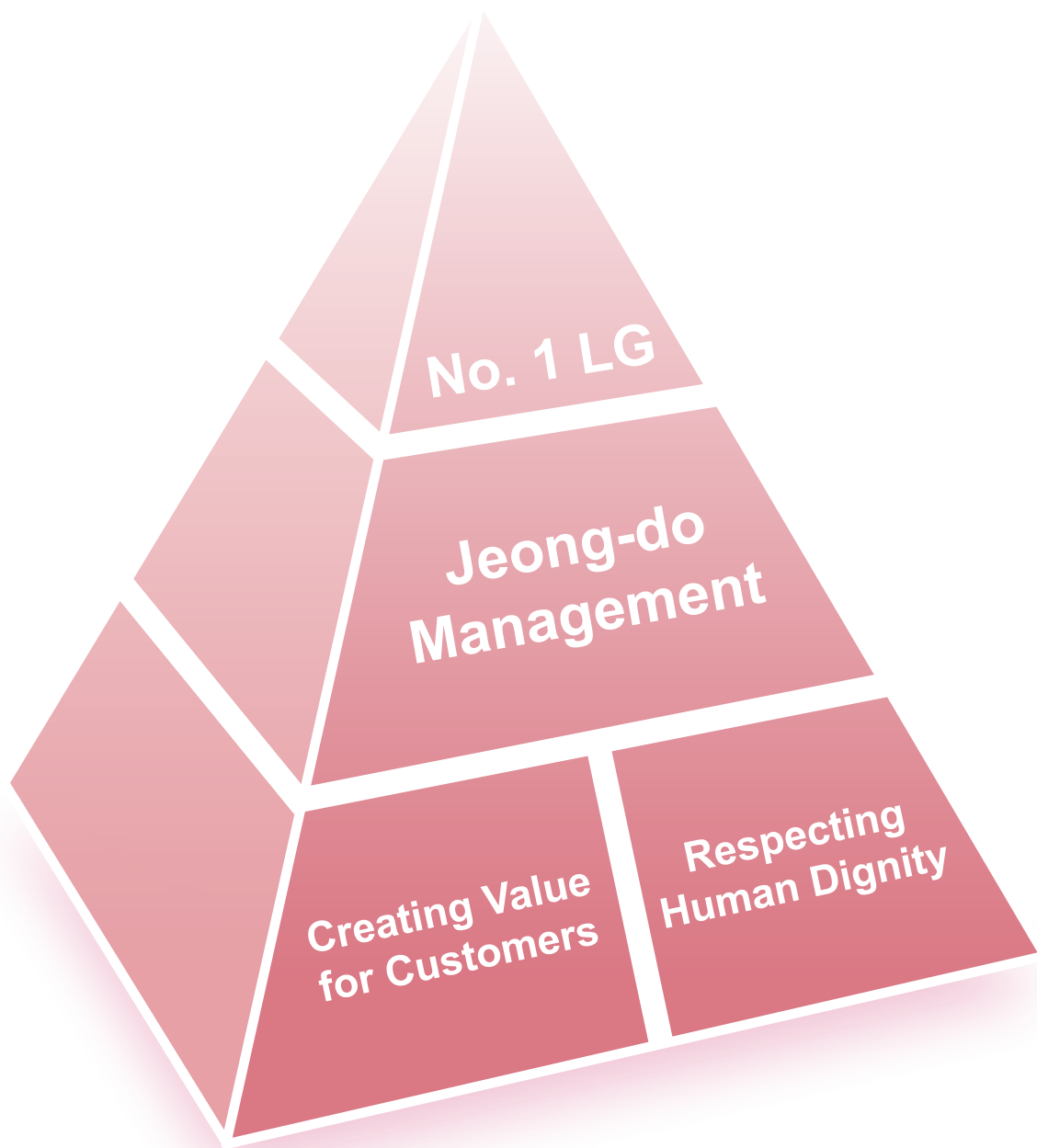


TẠO DỰNG GIÁ TRỊ cho CỔ ĐÔNG

Bộ quy tắc ứng xử của LG Electronics



LG WAY





LG Way chính là bức tranh phản ánh niềm tin, giá trị và những khát vọng cốt lõi dẫn hướng cho sự phát triển và thành công trong nhiều năm qua của chúng tôi. Đó chính là thành công dẫn đường cho chúng tôi tạo dựng giá trị lớn hơn cho tất cả các cổ đông.

Kể từ khi sản phẩm của chúng tôi đến với khách hàng lần đầu tiên cách đây 50 năm, Công ty đã luôn tâm niệm là phải tận tâm hết mình nhằm làm phong phú thêm cho đời sống của khách hàng cũng như tạo được môi trường tôn trọng và đoàn kết giữa các đồng nghiệp. Triết lý quản lý của chúng tôi chính là bức tranh phản ánh niềm tin, giá trị và những khát vọng cốt lõi dẫn hướng cho sự phát triển và thành công trong nhiều năm qua của chúng tôi. Đó chính là thành công dẫn đường cho chúng tôi tạo dựng giá trị lớn hơn cho tất cả các cổ đông.

Tâm nhìn của chúng tôi

Trở thành công ty Số 1 không có nghĩa là trở thành công ty lớn nhất hay thu được nhiều lợi nhuận nhất. Một công ty Số 1 thực sự là một công ty coi những hoạt động quản lý minh bạch và hợp lý là nền tảng để đạt được khả năng cạnh tranh trên toàn cầu cũng như một thương hiệu ưu việt trên thị trường.

Đây là lời hứa của chúng tôi với các cổ đông. Chúng tôi tiếp tục thực hiện “Phương pháp phù hợp” để xây dựng nên một LG Electronics được đối thủ cạnh tranh tôn trọng, được khách hàng tin cậy và được những nhân tài ở khắp nơi trên thế giới ao ước.

Triết lý của chúng tôi

‘Creating Value for Customers’ thể hiện những mục đích mà chúng tôi phấn đấu đạt được trong các hoạt động hàng ngày của mình. Trong mọi điều chúng tôi làm, chúng tôi luôn xem xét đến những điều mà khách hàng của chúng tôi mong đợi và coi nhu cầu của khách hàng là nền tảng cho mọi hoạt động kinh doanh của mình. Bằng việc liên tục cải tiến và làm mới sản phẩm cũng như dịch vụ, chúng tôi luôn chủ động khám phá những phương cách mới nhằm tạo dựng giá trị tốt nhất cho khách hàng của mình.

‘Respecting Human Dignity’ là cách xây dựng tổ chức của chúng tôi và nhờ đó chúng tôi đã thu hút cũng như khuyến khích những nhân tài xuất sắc nhất trên toàn thế giới. Chúng tôi tin rằng nhân tài phải được đối xử công bằng, được đánh giá công bằng và luôn được hỗ trợ để nhận ra toàn bộ tiềm năng của họ. Việc công nhận hiệu quả làm việc của cá nhân cũng như tôn trọng sự sáng tạo và sáng kiến của họ là cách chúng tôi xây dựng nên một tổ chức tuyệt vời có thể tạo dựng giá trị tốt nhất cho tất cả cổ đông.

Phương pháp phù hợp

Cần phải có những hành động cứng rắn và những khả năng mạnh mẽ để trở thành một công ty nhận được sự tôn trọng thực sự từ phía các cổ đông, thị trường và xã hội. Khả năng này chỉ có thể được duy trì khi chúng tôi cam kết ‘thực hiện các quy định’ và không khoan nhượng cho những hành vi sai phạm. Bằng cách thể hiện sự trung thực, liêm chính và công bằng, chúng tôi đã trở thành một công ty nơi mọi người có thể theo đuổi các mục tiêu của họ với niềm đam mê và tạo dựng những ý tưởng đổi mới giúp chinh phục được tình cảm của khách hàng.

Theo cách này, ‘Jeong-do Management’ (Quản lý theo nguyên tắc) có ý nghĩa nhiều hơn là quản lý đạo đức: nó thể hiện nhiều hơn là quản lý đạo đức: nó thể hiện ‘Phương pháp phù hợp’ để hiện thực hóa triết lý của chúng tôi và để trở thành một công ty mạnh hơn có thể chiến thắng mọi đối thủ cạnh tranh.



THÔNG DIỆP TỪ GIÁM ĐỐC ĐIỀU HÀNH

Trong những năm gần đây, LG Electronics đã đạt được những thành công đáng kể. Chúng ta đã cung cấp được những sản phẩm và dịch vụ đặc biệt cho khách hàng của mình, cải thiện được môi trường làm việc vốn đã rất tốt và mang lại giá trị lớn hơn cho nhiều cổ đông khác.

Những thành tựu này bắt nguồn từ triết lý kinh doanh của chúng ta là tạo dựng giá trị thực cho khách hàng và đối xử tôn trọng với đồng nghiệp và nhân viên. Để đảm bảo có được thành công trong tương lai, chúng ta phải tiếp tục cam kết thực hiện những giá trị cốt lõi này.

Bộ quy tắc ứng xử của LG Electronics này bắt nguồn từ các giá trị cốt lõi của chúng ta. Nó sẽ giúp tất cả chúng ta thực hiện công việc theo các nguyên lý mà chúng ta là người đại diện. Nó cũng xác định thêm những hành vi phù hợp trong nhiều tình huống và cung cấp các công cụ bổ sung khi câu trả lời đúng vẫn chưa rõ ràng.

Việc tuân thủ Bộ quy tắc này là bắt buộc. Chúng ta không thể đạt được thành công lâu dài nếu chúng ta xâm phạm các giá trị và tiêu chuẩn của mình vì động cơ nhất thời của cá nhân. Mỗi nhân viên cần phải đọc



Bộ quy tắc này và hiểu được cách áp dụng Bộ quy tắc này cho công việc của họ. Không bao giờ cho phép có bất kỳ sự ưu tiên nào để bào chữa những hành vi không tuân thủ Bộ quy tắc này. Luôn cảnh giác với những lý luận như “Điều này là cần thiết để đạt được mục tiêu về doanh số” hay “Người quản lý của tôi bảo tôi làm việc này.”

Những người lãnh đạo phải giải quyết các thắc mắc và lo ngại của nhân viên về vấn đề tuân thủ một cách nhanh chóng và tôn trọng. Việc trả đũa những người đã nêu lên các lo ngại này sẽ không được khoan nhượng.

Bộ quy tắc ứng xử này là một cam kết của chúng tôi với tất cả các cổ đông và sẽ giúp chúng tôi đạt được tầm nhìn của mình là trở thành No. 1 LG.

Bộ quy tắc ứng xử của LG Electronics này bắt nguồn từ các giá trị cốt lõi của chúng ta. Nó sẽ giúp tất cả chúng ta thực hiện công việc theo các nguyên lý mà chúng ta là người đại diện. Nó cũng xác định thêm những hành vi phù hợp trong nhiều tình huống và cung cấp các công cụ bổ sung khi câu trả lời đúng vẫn chưa rõ ràng.

NỘI DUNG

- 2 LG WAY
- 4 THÔNGIỆP TỪ GIÁM ĐỐC ĐIỀU HÀNH
- 8 BẮT ĐẦU
 - 8 Tại sao chúng ta cần có một Bộ quy tắc
 - 8 Đối tượng áp dụng của Bộ quy tắc
 - 8 Kỳ vọng ở chúng ta
 - 9 Không tuân thủ
 - 9 Giới thiệu về Bộ quy tắc

10 SỰ TRUNG THỰC VÀ LIÊM CHÍNH đối với khách hàng của chúng ta

- 12 Tiếp thị có trách nhiệm
- 15 An toàn sản phẩm
- 18 Tiêu chuẩn cao của sản phẩm
- 21 Bảo vệ dữ liệu và thông tin cá nhân

24 TỔ CHỨC TỐT NHẤT dành cho nhân viên

- 26 Tuyển dụng công bằng
- 29 Môi trường làm việc tôn trọng lẫn nhau
- 32 Môi trường làm việc lành mạnh và an toàn

36 ĐỐI XỬ CÔNG BẰNG với các đối tác kinh doanh & với thị trường

- 38 Thu thập có trách nhiệm các thông tin cạnh tranh
- 41 Sử dụng hợp lý thông tin của người khác
- 43 Cạnh tranh lành mạnh
- 45 Giao dịch với đối thủ cạnh tranh
- 48 Giao dịch với đối tác kênh và nhà cung cấp
- 51 Giao tiếp cẩn trọng
- 54 Tôn trọng sở hữu trí tuệ của người khác
- 56 Không hối lộ hoặc thanh toán không phù hợp

60 QUAN TÂM đến cộng đồng

- 62 Bảo vệ môi trường
- 65 Kinh doanh quốc tế có trách nhiệm

68 SIÊU LỢI NHUẬN cho cổ đông

- 70 Bảo mật thông tin
- 73 Bảo vệ tài sản trí tuệ của công ty
- 76 Giao tiếp điện tử hợp lý
- 79 Lưu trữ tài liệu cẩn thận
- 82 Xử lý có trách nhiệm thông tin nội bộ
- 85 Công bố cẩn thận các thông tin ra công chúng



BẮT ĐẦU

Tại sao chúng ta cần có một Bộ quy tắc

LG Electronics là một công ty hoạt động trên toàn cầu. Vì lý do này, nhân viên của chúng ta luôn phải đối diện với rất nhiều quy định và luật lệ khác nhau. Lẽ đương nhiên, việc để mọi nhân viên có thể hiểu tất cả hay thậm chí chỉ là hầu hết các quy định và luật lệ này là điều không đơn giản. Ngoài ra, chúng ta hoạt động trong nhiều khu vực địa lý mà mỗi nơi lại có những đặc trưng văn hóa riêng. Chúng ta mong muốn hoạt động phù hợp và tuân thủ với các quy định và luật lệ đang được áp dụng trên tất cả các phân đoạn thị trường cũng như khu vực hoạt động của mình và vẫn giữ được sự tôn trọng với các tập quán của địa phương. Bộ quy tắc này là một công cụ chính nhằm giúp chúng ta đáp ứng được những thách thức to lớn này.

Đối tượng áp dụng của Bộ quy tắc

Bộ quy tắc ứng xử của LG Electronics được xây dựng dành cho LG Electronics, Inc. (“Công ty”) và tất cả các công ty con của LG Electronics, Inc. ở nước ngoài.

Kỳ vọng ở chúng ta

Bạn được kỳ vọng:

- Thể hiện cam kết với các giá trị cốt lõi của Công ty trong mọi hoạt động công việc và giúp Công ty trở thành một nơi làm việc lý tưởng để tất cả chúng ta có thể thực hiện được những điều tốt nhất dành cho khách hàng và các cổ đông khác.
- Tuân theo các quy định và luật lệ ở đất nước mà bạn làm việc.
- Tuân thủ các chính sách và thủ tục của Công ty liên quan đến công việc của bạn.
- Yêu cầu hướng dẫn khi không chắc

chắn về một hành động phù hợp trong bất kỳ tình huống nào.

- Nêu lên mối lo ngại về một hành vi mà bạn ngờ rằng đã vi phạm Bộ quy tắc này hoặc các chính sách khác của Công ty.

Nếu bạn là người quản lý các nhân viên khác thì bạn được kỳ vọng:

- Đảm bảo rằng tất cả nhân viên đều nhận thức được Bộ quy tắc này và trách nhiệm của họ theo Bộ quy tắc.
- Trợ giúp nhân viên nếu họ có bất kỳ thắc mắc hay lo ngại nào liên quan đến Bộ quy tắc hoặc việc áp dụng Bộ quy tắc trong công việc hàng ngày.
- Tự bản thân chứng minh sự tuân thủ trên cương vị lãnh đạo bằng cách tuân theo Bộ quy tắc và nói chuyện với nhân viên về việc áp dụng Bộ quy tắc trong công việc hàng ngày của chính bạn.

Nếu bạn có thắc mắc về Bộ quy tắc hay cách áp dụng Bộ quy tắc cho công việc của mình:

- Hãy tham vấn người quản lý của bạn, đây là người có vị trí phù hợp nhất để giúp giải quyết các thắc mắc liên quan đến công việc của bạn. Nếu người quản lý của bạn không có mặt, hãy liên hệ với bộ phận chức năng chịu trách nhiệm được liệt kê trong từng phần của Bộ quy tắc này hoặc nhân viên phụ trách pháp lý của bạn.
- Nếu bạn là người quản lý các nhân viên khác và bạn không chắc chắn về cách trả lời cho một câu hỏi mà nhân viên của bạn đưa ra thì bạn cũng cần liên hệ với bộ phận chức năng chịu trách nhiệm được liệt kê trong từng phần của Bộ quy tắc này hoặc nhân viên phụ trách pháp lý của bạn.



Giải quyết vấn đề về sự khác biệt trong văn hóa

Khi bạn tới thăm hoặc chuyển tới một đất nước khác, hãy tìm hiểu về môi trường mới của bạn. Hãy tìm hiểu để hiểu được văn hóa và tập quán tại địa phương. Hãy nhận thức rằng quy định và luật lệ ở đó có thể khác so với ở quê hương của bạn. Nếu bạn nhận thấy có xung đột mà có khả năng sẽ ảnh hưởng đến các hoạt động kinh doanh của mình, hãy thảo luận vấn đề này với người quản lý của bạn để đưa ra giải pháp thích hợp.

Không tuân thủ

Việc không tuân thủ có thể dẫn đến những hậu quả nghiêm trọng.

Việc vi phạm các quy định và luật lệ sẽ phải chịu những hình phạt nghiêm khắc, cho cả Công ty và các cá nhân có liên quan. Việc không tuân thủ có thể dẫn tới phải chịu hình phạt hình sự, xử phạt hành chính, phạt bồi thường trách nhiệm dân sự, phạt bồi thường thiệt hại ngoài hợp đồng, phạt và tịch thu doanh thu, tịch thu lợi nhuận, huỷ bỏ hợp đồng, chấm dứt quan hệ kinh doanh, làm tổn hại cho hình ảnh của chúng ta và tạo cái nhìn tiêu cực của thị trường tư bản đối với Công ty. Ngoài ra, các cá nhân cũng có thể phải đối mặt với những hậu quả nghiêm trọng như bị phạt tiền hoặc phạt tù, phải bồi thường thiệt hại hoặc bị phạt theo luật lao động.

Nếu bạn tin rằng Công ty đang có nguy cơ không đáp ứng được các tiêu chuẩn của Bộ quy tắc:

- Trước tiên, hãy nói chuyện với người quản lý của bạn về vấn đề này.
- Sau đó, liên hệ với người quản lý việc tuân thủ được chỉ định cho lĩnh vực của bạn và thông báo cho người này về tình huống đó.

Báo cáo tình huống trả đũa tiềm ẩn

Công ty không khoan nhượng và sẽ xử lý mọi hành vi trả đũa chống lại bất kỳ ai đã báo cáo thành thực một sự việc không tuân thủ. Trả đũa có thể có nhiều hình thức, từ việc tác động không lành mạnh đến việc làm của một người đến những hành vi quấy rối chung. Nếu bạn tin rằng bạn hoặc một người nào khác đang bị trả đũa vì những hành động này, hãy báo cáo vấn đề ngay lập tức đến Bộ phận nhân sự.

Sẽ không có lời biện hộ hợp lý nào cho các hành vi vi phạm sự tuân thủ

Hãy nhận biết những lời biện hộ sau:

- “Ông chủ của tôi đã bảo tôi làm như vậy mặc dù tôi biết điều này là không đúng.”
- “Tôi làm việc này là vì muốn tốt cho khách hàng của chúng ta.”
- “Tôi làm việc này là để thực hiện các mục tiêu của Công ty.”

Giới thiệu về Bộ quy tắc

Bộ quy tắc này không bao gồm tất cả các tiêu chuẩn và chính sách của Công ty. Nó không thể đề cập đến mọi vấn đề mà bạn có thể sẽ gặp phải. Theo định kỳ, Công ty sẽ sửa lại Bộ quy tắc cũng như các tiêu chuẩn và chính sách khác rồi truyền đạt tới nhân viên và các bên thích hợp khác về những sửa đổi này.

Bộ quy tắc ứng xử này không cấu thành hợp đồng lao động. LG Electronics không lấy việc ban hành Bộ quy tắc này để tạo ra bất kỳ quyền hay nghĩa vụ hợp đồng nào.

SỰ TRUNG THỰC VÀ LIÊM CHÍNH

đối với khách hàng của chúng ta

- 12 Tiếp thị có trách nhiệm
- 15 An toàn sản phẩm
- 18 Tiêu chuẩn cao của sản phẩm
- 21 Bảo vệ dữ liệu và thông tin cá nhân

“Khách hàng là số 1” là điểm cốt yếu trong mọi hoạt động mà chúng tôi thực hiện. Chúng tôi nỗ lực để tạo dựng giá trị thực cho khách hàng của mình bằng cách luôn xem xét quan điểm của khách hàng và hiện thực hóa những kỳ vọng cao của khách hàng trong mọi hoạt động kinh doanh của chúng tôi. Chứng minh các tiêu chuẩn chất lượng, giữ vững lời hứa và liên tục đổi mới tốt hơn cho sản phẩm là cách chúng tôi mang lại sự tin tưởng cho khách hàng về những sản phẩm và dịch vụ của chúng tôi. Chúng tôi phải tiếp tục thể hiện sự liêm chính và trung thực không thay đổi trong mọi hoạt động của mình và xây dựng một mối quan hệ về niềm tin mà khách hàng có thể thực sự tin tưởng.



VIỄN CẢNH



Sản phẩm mới hiện đang thu hút được sự chú ý nhờ vào thiết kế có chất lượng của nó. Nó có thể trở thành sản phẩm thành công nếu Công ty có thể làm nổi bật một yếu tố chính khác. Mặc dù sản phẩm chỉ mang lại khoảng trên 5% mức tăng về hiệu suất nhưng dường như không có khác biệt đặc biệt nào khác. Các đối thủ cạnh tranh của chúng ta thường xuyên “tăng” hiệu suất được quảng cáo lên một lượng nhỏ. Bạn hiểu được rằng Công ty có thể cạnh tranh tốt hơn nếu, chẳng hạn, chúng ta quảng cáo rằng sản phẩm đã được tăng 10% hiệu suất. Dù sao đi nữa thì bạn cũng không mong đợi có bất kỳ ai có thể đo lường hay cảm nhận được sự khác biệt.

Làm cách nào để tạo dựng giá trị phù hợp?

TIẾP THỊ CÓ TRÁCH NHIỆM

Công ty chúng ta giành được và duy trì được mối quan hệ lâu dài với khách hàng là nhờ vào chất lượng và giá trị của các sản phẩm và dịch vụ mà chúng ta cung cấp. Vì vậy, việc chúng ta tiếp thị sản phẩm và dịch vụ một cách trách nhiệm và bán hàng dựa trên các tính năng và lợi ích hợp pháp của chúng là điều có ý nghĩa vô cùng quan trọng. Khách hàng tin tưởng chúng ta vì chúng ta chứng minh được sự liêm chính và trung thực trong các hoạt động tiếp thị của mình. Chúng ta tạo dựng được giá trị cho khách hàng vì chúng ta cung cấp cho họ thông tin họ cần để đưa ra những quyết định mua hàng sáng suốt nhất. Sẽ thật không đáng để mạo hiểm danh tiếng của chúng ta bằng cách tham gia vào các hoạt động tiếp thị không có trách nhiệm.

TIÊU CHUẨN CỦA CHÚNG TA



Giúp đảm bảo rằng các hoạt động tiếp thị của Công ty là có trách nhiệm, đặc biệt là khi bạn làm việc trực tiếp trong lĩnh vực phát triển hay đánh giá truyền thông tiếp thị.

KIẾN THỨC CẦN BIẾT

Truyền thông tiếp thị bao gồm, nhưng không giới hạn bởi:

- Quảng cáo và các mặt hàng quảng cáo
- Nhãn hiệu và mô tả về sản phẩm
- Tài liệu khảo sát, kết quả thử nghiệm hoặc so sánh sản phẩm hay với đối thủ cạnh tranh
- Quảng cáo trên bảng thông tin nội bộ và các liên lạc khác mà có thể không cần thiết phải hướng tới khách hàng

Các nhân viên làm việc với truyền thông tiếp thị, trong vai trò nhân viên bán hàng hoặc có công việc liên quan đến việc phát triển hoặc đánh giá quảng cáo, nhãn hiệu sản phẩm hoặc khuyến mại hay bất kỳ liên lạc nào khác với khách hàng cần phải biết và hiểu được các tiêu chuẩn, chính sách và thủ tục của Công ty.

Truyền thông tiếp thị của chúng ta có một lượng khán giả lớn và sẽ được người tiêu dùng, đối thủ cạnh tranh và các cơ quan chính phủ xem xét kỹ lưỡng. Sẽ thật không đáng để mạo hiểm danh tiếng của chúng ta bằng cách tham gia vào những hoạt động tiếp thị không phù hợp.

PHẢN HỒI

Chỉ bởi vì các đối thủ cạnh tranh đang làm một việc gì đó không có nghĩa là điều đó cũng phù hợp với chúng ta. Quan trọng hơn nữa, chúng ta phải tự hỏi xem những hành động của chúng ta có thể hiện được giá trị cốt lõi là tạo dựng giá trị thực cho khách hàng và lòng tôn trọng đối với khách hàng hay không. Ngay cả khi cách nói phóng đại có thể không đáng chú ý nhưng nó vẫn là một nỗ lực để bán được sản phẩm dựa trên thông tin không chính xác. Khách hàng mong đợi chúng ta sẽ trung thực về giá trị mà chúng ta mang lại cho họ, bất kể họ mong đợi điều gì từ phía đối thủ cạnh tranh của chúng ta.





PHƯƠNG PHÁP PHÙ HỢP

- Đảm bảo rằng mọi thay đổi cho sản phẩm hay dịch vụ của Công ty sẽ được truyền đạt một cách nhanh chóng và chính xác tới các bộ phận có liên quan.
- Đảm bảo rằng truyền thông tiếp thị, thông tin trên nhãn sản phẩm, bao bì và tài liệu quảng cáo là chính xác khi đề cập đến sản xuất và dữ liệu nguồn, như quốc gia xuất xứ hoặc lắp ráp. Mục đích của việc này là để đảm bảo sản phẩm của chúng ta được quảng cáo và gắn nhãn một cách chính xác.
- Kiểm tra xem tài liệu tiếp thị do các công ty quảng cáo hoặc các tổ chức bên ngoài khác phát triển có tuân thủ luật pháp và chính sách của Công ty không.
- Không cho phép bất kỳ tài liệu tiếp thị nào của Công ty được chứa thông tin lừa bịp, sai lạc hoặc thiếu thông tin quan trọng mà nếu không có chúng có thể giúp khách hàng đưa ra quyết định mua hàng sáng suốt.
- Tránh so sánh với các đối thủ cạnh tranh hoặc sản phẩm của họ:
 - Điều này không thể được chứng minh bằng dữ liệu thực tế, khách quan.
 - Khi việc so sánh được đưa ra dựa trên các điều kiện không công bằng với đối thủ cạnh tranh hoặc sản phẩm.
- Không cho phép phát/cung cấp công khai các phương tiện và phương thức tiếp thị mà có thể dẫn đến tranh chấp (chẳng hạn như liên quan đến hiệu suất của sản phẩm, tính ưu việt của sản phẩm hay thị phần) mà chưa được hỗ trợ bởi dữ liệu kiểm tra hay các dữ liệu đáng tin cậy khác.
- Không bao giờ sử dụng lý lẽ là một tổ chức bên ngoài đã phát triển tài liệu đó như một lời biện hộ cho hành vi tiếp thị không phù hợp.

NHẬN THỨC

- Hết sức cẩn thận khi sử dụng cách nói phóng đại trong tiếp thị. Việc thêm thắt có thể phù hợp nếu đó là một phương tiện để tiếp thị nhưng nó không bao giờ được mang lại ấn tượng sai cho khách hàng về đặc tính của sản phẩm hay mâu thuẫn với dữ liệu thực tế.
- Hãy tiếp thị cho sản phẩm của Công ty dựa trên điểm mạnh của sản phẩm đó hơn là điểm yếu trong sản phẩm của đối thủ cạnh tranh. Chúng ta muốn dẫn đầu thị trường bằng cách thiết kế, sản xuất và tiếp thị những sản phẩm tốt nhất và ý tưởng này sẽ là trọng tâm của chúng ta. Chúng ta nên biết rằng các đối thủ cạnh tranh của chúng ta sẽ thực hiện xem xét kỹ lưỡng mọi quảng cáo có đề cập đến sản phẩm của họ. Để công bằng với họ, chúng ta cần phải hết sức cẩn trọng về cách chúng ta đề cập đến sản phẩm của họ.



VIỄN CẢNH

Mặc dù sản phẩm mới của chúng ta tuân thủ các quy định bắt buộc về an toàn nhưng bạn có chút nghi ngờ về tính an toàn tuyệt đối của sản phẩm này. Tại thời điểm này, việc kiểm tra kỹ lưỡng toàn bộ thiết kế sản phẩm có vẻ là rất tốn kém, do đó, bạn tính đến việc giải quyết “một chút nghi ngờ” này bằng cách dùng nhãn cảnh báo.

Làm cách nào để tạo dựng giá trị phù hợp?



AN TOÀN SẢN PHẨM

An toàn và đáng tin cậy là hai đặc tính giá trị khách hàng cơ bản nhất mà chúng ta mang lại thông qua sản phẩm của mình. Những cống hiến của chúng ta đối với thiết kế an toàn, sản xuất chất lượng và dịch vụ hậu mãi đã mang lại cho chúng ta cơ hội tạo sự khác biệt cho bản thân và thể hiện được sự quan tâm của chúng ta đối với sự thịnh vượng của khách hàng. Một phần quan trọng của việc đổi mới đó là nâng cao tính an toàn sản phẩm. Thông qua cam kết của chúng tôi về sự an toàn cho khách hàng, chúng tôi xây dựng được niềm tin cho sản phẩm của mình và thể hiện rằng chúng tôi thực sự rất coi trọng khách hàng.



TIÊU CHUẨN CỦA CHÚNG TA

Hỗ trợ mọi nỗ lực để đảm bảo rằng sản phẩm của Công ty là an toàn. Đưa ra mọi thách thức hay lo ngại liên quan đến nguyên vật liệu thô, thiết kế sản phẩm, quá trình sản xuất, tiếp thị, việc sử dụng sản phẩm hay dịch vụ khách hàng để đảm bảo rằng sản phẩm là an toàn đối với khách hàng của chúng ta. Không có mục tiêu kinh doanh nào, bao gồm cả thiết kế, khả năng tiếp thị hay chi phí có thể biện minh được cho việc xâm hại tính an toàn của sản phẩm của Công ty.

KIẾN THỨC CẦN BIẾT

An toàn sản phẩm là mối quan tâm trọng yếu của chúng ta. Chúng ta chấp nhận những hình phạt nghiêm khắc do không tuân thủ quy định về an toàn sản phẩm, bao gồm trừng phạt theo quy định, khiếu kiện hoặc làm thiệt hại đến danh tiếng của Công ty, để có những biện pháp bảo vệ hay phản hồi thích hợp đối với các vấn đề về an toàn.

Chúng ta hiểu rằng Creating Value for Customers không phải chỉ là để tránh những ảnh hưởng của trách nhiệm pháp lý. Nó thể hiện cam kết của chúng ta trong việc xác định một cách chủ động các cơ hội nhằm loại bỏ mọi vấn đề về an toàn và do đó nâng cao chất lượng chung cho sản phẩm của chúng ta. Đây là lý do tại sao Công ty duy trì nhiều quá trình hỗ trợ cho an toàn sản phẩm. Các quá trình đầu-cuối tập trung vào an toàn sản phẩm, bao gồm thiết kế (để chỉ ra việc sử dụng có thể dự đoán của người tiêu dùng), việc thu mua, sản xuất, kiểm tra sản phẩm, kiểm soát chất lượng và tiếp thị. Sau khi bán hàng, Công ty tiếp tục theo dõi việc sử dụng sản phẩm xem có bất kỳ dấu hiệu nào về an toàn không và sẽ có những biện pháp cần thiết để đảm bảo an toàn cho khách hàng. Nhân viên và Người quản lý phụ trách về an toàn sản phẩm nên tham khảo **Product Safety Operation Principles** của chúng ta để tìm hiểu thêm về những quy trình và thủ tục quan trọng này.



PHÂN HỒI

Các nhãn cảnh báo nêu rõ mọi mối nguy hiểm có thể thấy trước và chấp nhận được là một phần quan trọng và cần thiết để đảm bảo rằng sản phẩm của chúng ta là an toàn đối với khách hàng. Nhưng nhiệm vụ trước tiên và cao nhất của chúng ta là thiết kế và sản xuất các sản phẩm đủ tốt để đáp ứng các tiêu chuẩn của Công ty và kỳ vọng của khách hàng về độ an toàn. Lẽ đương nhiên, mọi thay đổi sau đó trong giai đoạn phát triển sẽ có những phân nhánh đáng kể. Vì vậy, đây là một cơ hội tốt để đưa những đồng nghiệp thuộc các bộ phận khác tham gia vào việc ra quyết định. Chúng ta cần phải tin chắc rằng sản phẩm của chúng ta không chỉ đáp ứng được các tiêu chuẩn an toàn mà còn không ẩn chứa bất kỳ nguy cơ về an toàn nào.

PHƯƠNG PHÁP PHÙ HỢP



- Tuân theo tất cả chính sách và thủ tục của Công ty dành cho thiết kế sản phẩm, việc thu mua và sản xuất mà có thể ảnh hưởng đến an toàn sản phẩm.
- Báo cáo về các nguyên vật liệu thô, thiết kế hoặc bộ phận đáng ngờ hoặc bị hỏng mà có thể dẫn tới các sản phẩm kém chất lượng hoặc không an toàn.
- Đưa ra mọi vấn đề về an toàn sản phẩm, tốt nhất là ngay trong quá trình thiết kế và, trong mọi trường hợp, ngay khi bạn nhận thức được vấn đề đó.
- Không bao giờ xâm hại đến an toàn sản phẩm nhằm đạt được mục tiêu kinh doanh khác. Nếu xảy ra xung đột giữa các mục tiêu này thì hãy báo cáo vấn đề đó lên người quản lý của bạn.
- Không bỏ qua hoặc cho phép người khác bỏ qua bất kỳ bước kiểm soát chất lượng nào bởi vì điều này có thể dẫn đến việc thiếu bước kiểm tra để đảm bảo an toàn sản phẩm.
- Không cho phép nhà cung cấp bỏ qua việc tuân thủ các yêu cầu về nguồn vật liệu của Công ty. Điều này có thể dẫn tới việc các nguyên vật liệu thô hoặc các thành phần không đạt tiêu chuẩn hoặc có khuyết điểm sẽ được chúng ta đưa vào sản phẩm cuối của mình.
- Không bao giờ được xem nhẹ các vấn đề về an toàn sản phẩm được đề xuất chỉ bởi vì những vấn đề này được đưa ra vào giai đoạn sau trong quá trình phát triển sản phẩm.

NHẬN THỨC

- Quan sát mọi sự việc về an toàn lặp đi lặp lại liên quan đến sản phẩm của chúng ta. An toàn dành cho khách hàng quan trọng hơn mọi mối quan tâm khác. Chúng ta có trách nhiệm thu hồi sản phẩm nếu chúng ta nghi ngờ rằng sản phẩm có bất kỳ vấn đề cố hữu nào về thiết kế hoặc lỗi sản xuất đại trà.
- Cũng lưu ý rằng nhiều quốc gia có các quy định bắt buộc các nhà sản xuất và nhà phân phối ngay lập tức báo cáo cho cơ quan quản lý về bất kỳ lỗi an toàn hoặc nhãn cảnh báo bị thiếu nào mà họ phát hiện ra. Đôi khi chỉ trong vòng 24 giờ.
- Một sản phẩm đáp ứng được tất cả các quy định và tiêu chuẩn bắt buộc về an toàn vẫn có thể không an toàn đối với khách hàng. Sản phẩm của chúng ta phải đáp ứng các tiêu chuẩn an toàn của Công ty. Các quy định bắt buộc về an toàn thể hiện mức độ tối thiểu trong an toàn sản phẩm. Mọi sản phẩm không đáp ứng được các tiêu chuẩn an toàn bắt buộc này sẽ luôn bị coi là không an toàn.
- Hãy lắng nghe thật cẩn thận những điều mà người khác quan tâm và xem xét đến những tác động lâu dài. Một thắc mắc hay lo ngại của đồng nghiệp về thiết kế sản phẩm, quá trình sản xuất hay gắn nhãn có thể có ngầm ý về an toàn sản phẩm.
- Ngay cả khi công việc cụ thể của bạn không liên quan đến kiểm tra sản phẩm, kiểm soát chất lượng hay hoạt động tương tự thì bạn vẫn có trách nhiệm đối với an toàn sản phẩm. Hãy trình bày cho người chịu trách nhiệm về an toàn sản phẩm thích hợp về mọi khó khăn mà bạn gặp phải khi sử dụng sản phẩm của Công ty mà có thể tiềm ẩn vấn đề về an toàn.



VIỄN CẢNH

Bạn vừa phát triển một tính năng mới, tiên tiến có khả năng làm cho sản phẩm trở nên phổ biến trong một thị trường ẩm đạm và đã quá dư thừa. Vì tính năng này là mới nên chưa có các quy định rõ ràng về việc có nên đưa tính năng này vào các điều kiện kiểm tra sản phẩm hay không. Vì tính năng mới này tiêu tốn rất nhiều điện năng nên bạn nhận thấy rằng kết quả kiểm tra có thể sẽ tốt hơn nếu tắt tính năng này đi.

Làm cách nào để tạo dựng giá trị phù hợp?

TIÊU CHUẨN CAO CỦA SẢN PHẨM

Độ tin cậy, độ bền và độ an toàn của sản phẩm là trọng tâm trong hoạt động kinh doanh của chúng ta. Chúng ta làm phong phú thêm cho cuộc sống của khách hàng thông qua chất lượng sản phẩm luôn không đổi ngay cả trong điều kiện sử dụng khắc nghiệt. Sự hoàn hảo trong thiết kế và sản xuất mà khách hàng thường thức hàng ngày đã chứng minh được cam kết của chúng ta trong việc cung cấp giá trị bền vững cho khách hàng. Để đáp ứng được mục tiêu này, chúng ta đặt ra các tiêu chuẩn và tuân theo nhiều quy định được xây dựng để bảo vệ người tiêu dùng. Điều này đặt ra thách thức cho chúng ta là phải thiết kế, sản xuất và tiếp thị các sản phẩm đáp ứng được các mức an toàn và chất lượng cao mà chúng ta đi theo.

TIÊU CHUẨN CỦA CHÚNG TA



Đảm bảo rằng tất cả sản phẩm đều tuân theo các yêu cầu pháp định và các tiêu chuẩn nội bộ của Công ty về độ tin cậy, độ bền và độ an toàn. Đưa ra mọi mối lo ngại, kể cả những vấn đề nhỏ nhất, để Công ty có thể thực hiện được cam kết của mình trong việc sản xuất những sản phẩm tốt nhất, tuân thủ nhất trong ngành.

KIẾN THỨC CẦN BIẾT

Đặc tính của sản phẩm cho biết các vấn đề như:

- Các tiêu chuẩn chung về an toàn sản phẩm và các tiêu chuẩn nội bộ về độ tin cậy và tính ổn định
- Tính tương thích điện từ
- Các yêu cầu về môi trường, như hàm lượng chất độc hại, nhãn tái chế và tiết kiệm năng lượng
- Những cân nhắc về thiết kế dành cho trẻ vị thành niên, người già và người tàn tật
- Các yêu cầu khác để đảm bảo chất lượng và sự tương hợp với các sản phẩm hoặc dịch vụ khác

Sản phẩm của chúng ta ảnh hưởng đến rất nhiều khách hàng trên toàn thế giới. Vì lý do này, việc không tuân thủ các quy định về tiêu chuẩn sản phẩm sẽ có những hậu quả nghiêm trọng, như những vụ kiện của khách hàng, tổn hại thương hiệu, tổn hại đến danh tiếng của Công ty, các hình phạt dân sự, những lần thu lại hàng tồn kém, kiện tụng tập thể. Đây chỉ là một số hậu quả trong số rất nhiều hậu quả có thể xảy ra.

Các tiêu chuẩn cao của chúng ta được công nhận không phải chỉ trong bản thân sản phẩm mà còn qua những hành động mà chúng ta thực hiện để có được sự công nhận đó. Điều đó có nghĩa là thực hiện sự liêm chính và trình độ nghiệp vụ tốt nhất khi mưu cầu sự phê chuẩn và chứng nhận cho chất lượng sản phẩm. Những nhân viên chịu trách nhiệm về Đảm bảo tiêu chuẩn & chất lượng được kỳ vọng quen thuộc với **Standards Operation Principles** của chúng ta và thể hiện những quy tắc này khi kiểm tra chất lượng sản phẩm của chúng ta và xác minh tính tuân thủ của sản phẩm. Ngoài ra, hãy thảo luận với các chuyên gia của địa phương để đảm bảo rằng Công ty hiểu và tuân theo các yêu cầu pháp định của địa phương.

PHẢN HỒI

Là một Công ty tập trung vào các thiết kế và tính năng tiên tiến nhằm thúc đẩy giá trị của khách hàng, sản phẩm của chúng ta đôi khi liên quan đến các tình huống mà không được nêu rõ trong luật pháp. Trọng tâm của chúng ta luôn là cung cấp chất lượng mà khách hàng mong đợi nhận được từ sản phẩm của chúng ta bất kể luật pháp tuyên bố như thế nào. Điều đó có nghĩa là chúng ta phải có trình độ nghiệp vụ để yêu cầu sự minh bạch từ phía cơ quan pháp định, ngay cả khi câu trả lời là bất lợi đối với Công ty. Vì chúng ta mong đợi khách hàng sử dụng tính năng mới này trong khi sử dụng sản phẩm hàng ngày nên việc hỏi cơ quan pháp định xem có cần diễn giải thông số kiểm tra để bao hàm tính năng mới này không là điều nên làm.





PHƯƠNG PHÁP PHÙ HỢP

- Nếu công việc của bạn liên quan đến việc kiểm tra sản phẩm và chất lượng, hãy đảm bảo rằng tất cả sản phẩm được đánh giá đáp ứng được cả các tiêu chuẩn kiểm tra/chất lượng được chỉ định cũng như những mục tiêu kiểm tra/chất lượng về độ tin cậy, chất lượng, độ bền và độ an toàn.
- Đảm bảo rằng sản phẩm, các bộ phận hoặc thành phần của sản phẩm được sản xuất bởi nhà cung cấp của chúng ta đáp ứng được các đặc tính chỉ định.
- Theo dõi các quy định về sản phẩm mới trong khu vực của bạn và truyền đạt ngay lập tức các quy định này tới nhân viên phát triển sản phẩm hoặc nhân viên phụ trách về tiêu chuẩn sản phẩm.
- Hỏi người quản lý của bạn hoặc liên hệ với cơ quan pháp định nếu bạn không chắc chắn về các tiêu chuẩn hoặc thủ tục kiểm tra được áp dụng cho sản phẩm của chúng ta.
- Không được thay thế vật liệu hoặc thành phần đã được chỉ định và kiểm tra mà không tuân theo thủ tục của Công ty áp dụng cho việc thay thế đó.
- Không bao giờ cho phép thực hiện kiểm tra sản phẩm không đúng hoặc không đủ. Việc này bao gồm:
 - Làm giả hoặc chọn lọc để chỉ đưa vào các dữ liệu có lợi.
 - Tiến hành kiểm tra trong điều kiện kiểm tra không đầy đủ.
 - Tránh các thủ tục kiểm tra thích hợp.

NHẬN THỨC

- Để ý đến các quy tắc pháp định liên quan đến tiêu chuẩn sản phẩm. Luôn tìm hiểu để hiểu được các yêu cầu quan trọng này. Luôn đặt câu hỏi về hoạt động của Công ty cho tới khi bạn chắc chắn rằng Công ty sản xuất ra các sản phẩm tuân thủ hoàn toàn.
- Hãy luôn tỉnh táo với những khiếu nại từ các nhóm người tiêu dùng, cơ quan pháp định hoặc đối thủ cạnh tranh liên quan đến việc tuân thủ tiêu chuẩn sản phẩm hoặc lỗi gắn nhãn.
- Hãy cảnh giác với những thay đổi của nhà cung cấp liên quan đến thiết kế, hợp đồng hoặc quá trình sản xuất. Những thay đổi này có thể có ảnh hưởng không tốt tới nguyên vật liệu mà họ gửi tới cho chúng ta, gây ra sự cố trong quá trình của chúng ta.
- Xem xét cẩn thận mọi sai lệch nghiêm trọng so với mẫu cơ bản khi thiết kế các mẫu biến thể của sản phẩm. Luôn đảm bảo rằng những thay đổi này sẽ được truyền đạt một cách phù hợp. Kiểm tra xem những thay đổi này có đòi hỏi phải có đánh giá tuân thủ riêng cho mẫu biến thể không.

TÂN TRANG SẢN PHẨM CÓ TRÁCH NHIỆM

Trong quá trình phục vụ khách hàng, chúng ta tân trang lại một số lượng lớn sản phẩm trả về và sản phẩm bảo dưỡng trên cơ sở hàng ngày. Vì những sản phẩm được tân trang lại này trông và hoạt động tốt, dường như không có lý do gì để không đóng gói lại và bán lại những sản phẩm này như là sản phẩm mới. Tuy nhiên, bạn nên biết rằng:

- Mặc dù sản phẩm tân trang lại của chúng ta có chức năng giống hệt sản phẩm mới, về mặt pháp lý, chúng vẫn được coi là những sản phẩm “đã qua sử dụng” và do đó không thể được bán dưới danh nghĩa là sản phẩm mới. Đảm bảo khách hàng mua sản phẩm được tân trang lại của chúng ta hiểu rõ rằng họ đang mua các sản phẩm “được tân trang lại”.
- Hầu hết khách hàng mong đợi sản phẩm bảo dưỡng của họ được thay thế bằng các bộ phận mới. Nếu trường hợp này không phải như vậy, thì hãy thận trọng khi nêu rõ thực tế này trong bảo hành sản phẩm để tránh khách hàng của chúng ta có thể hiểu lầm.



VIỄN CẢNH

Bạn làm việc trong lĩnh vực quan hệ khách hàng và một trong những trách nhiệm của bạn là phân tích dữ liệu thu thập được từ trung tâm cuộc gọi của chúng ta để giúp nâng cao chất lượng sản phẩm. Một bộ phận tiếp thị ở nước ngoài cần dữ liệu thô về khách hàng ở khu vực của bạn để phát triển chiến lược tiếp thị cho lần phát hành sản phẩm mới. Bạn biết rằng trung tâm cuộc gọi của chúng ta cần phải có được sự đồng ý của người gọi trước khi đặt câu hỏi: bạn bán khoản không biết liệu việc đưa dữ liệu này cho bộ phận tiếp thị có đúng hay không.

Làm cách nào để tạo dựng giá trị phù hợp?



BẢO VỆ DỮ LIỆU VÀ THÔNG TIN CÁ NHÂN

Khi hoạt động kinh doanh toàn cầu của chúng ta được mở rộng thì chúng ta sẽ phụ thuộc nhiều hơn nữa vào thông tin cá nhân của khách hàng trong nhiều hoạt động kinh doanh của mình. Trong khi công nghệ giúp tăng khả năng truy cập cũng như tốc độ trao đổi thông tin cá nhân thì nó cũng làm tăng nguy cơ sử dụng sai thông tin này. Khách hàng tin cậy vào chúng ta trong việc bảo vệ thông tin cá nhân mà họ chia sẻ với Công ty không bị sử dụng và tiết lộ do vô ý. Bằng cách chứng tỏ sự liêm chính và xác nhận niềm tin của khách hàng, chúng ta sẽ khuyến khích hơn nữa việc chia sẻ thông tin cá nhân nhằm tạo dựng giá trị tốt hơn cho khách hàng.



TIÊU CHUẨN CỦA CHÚNG TA

Tìm hiểu và tuân theo các quy định của pháp luật và chính sách của Công ty liên quan đến việc thu thập, xử lý và chia sẻ một cách có trách nhiệm thông tin cá nhân của khách hàng.

KIẾN THỨC CẦN BIẾT

Dữ liệu cá nhân được định nghĩa là các biểu tượng, văn bản, hình ảnh, âm thanh/video và các dữ liệu khác mà có thể được sử dụng, hoặc là một mình hoặc là cùng với thông tin khác, để xác định một cá thể đang tồn tại nào đó. Điều đó có nghĩa là thông tin cá nhân bao gồm, ở mức tối thiểu, các thông tin sau:

- Thông tin nhận dạng cá nhân như số an sinh xã hội và số bằng lái xe.
- Nhiều thông tin không phải là duy nhất khác như tuổi, tình trạng hôn nhân, tôn giáo, nghề nghiệp và thậm chí là mối quan tâm hay sở thích.

Chúng tôi coi thông tin cá nhân như thông tin mật của Công ty và cần được bảo vệ để không bị tiết lộ trái phép.

Xem thêm “**Bảo mật thông tin**” ở trang 66.

Nhân viên làm việc trong lĩnh vực dịch vụ khách hàng, công nghệ thông tin, bán hàng, phân phối, vận chuyển hay các bộ phận khác mà thường xuyên phải truy cập vào thông tin cá nhân của khách hàng có trách nhiệm đặc biệt theo **Chính sách bảo vệ thông tin cá nhân của Công ty** để đảm bảo rằng thông tin này được xử lý một cách có trách nhiệm.



PHẢN HỒI

Phát triển các chiến lược tiếp thị hiệu quả là một ưu tiên quan trọng. Việc xử lý có trách nhiệm thông tin cá nhân và tuân theo các luật liên quan cũng vậy. Việc đồng ý cho sử dụng dữ liệu cá nhân thường được hạn chế ở một mục đích cụ thể. Chúng ta cần tôn trọng các giới hạn này trước khi chia sẻ thông tin cá nhân. Điều này chứng tỏ sự liêm chính trong cách thức chúng ta giao dịch với khách hàng của mình. Công ty cũng có thể có một số trách nhiệm pháp lý nhất định liên quan đến việc gửi dữ liệu cá nhân giữa các quốc gia, đặc biệt là dữ liệu có nguồn gốc ở các nước thuộc Liên minh Châu Âu.

PHƯƠNG PHÁP PHÙ HỢP



- Chỉ truy cập, sử dụng và duy trì thông tin cá nhân được cung cấp cho Công ty vì mục đích kinh doanh hợp pháp. Tuân theo các giới hạn liên quan đến mức độ được phép của Công ty trong việc sử dụng thông tin này.
- Tuân theo các thủ tục của Công ty đối với việc chia sẻ thông tin cá nhân với các bên ngoài Công ty hoặc xuyên quốc gia (Đặc biệt là liên quan đến E.U.). Đảm bảo việc này chỉ được thực hiện khi cần thiết và người cung cấp dữ liệu đã có sự đồng ý cụ thể về việc chuyển giao này từ trước.
- Bảo vệ thông tin cá nhân mà bạn có được hoặc truy cập vì bạn sẽ là người bảo vệ thông tin mật của Công ty. Ví dụ: không để các tệp hoặc hồ sơ chứa thông tin này trong tình trạng không được bảo mật và không cung cấp thông tin này cho những đồng nghiệp mà không có nhu cầu công việc hợp pháp với nó.
- Tôn trọng quyền của người cung cấp dữ liệu đối với thông tin cá nhân của họ. Quyền này bao gồm quyền được xem, chỉnh sửa, hủy và thu hồi sự cho phép sử dụng bất kỳ thông tin cá nhân nào mà Công ty đã được giao phó.
- Báo cáo những trường hợp mà thông tin cá nhân đã bị tiết lộ không đúng, bị mất hay bị chỉnh sửa.
- Không được chia sẻ, tiết lộ, chỉnh sửa hay làm hỏng thông tin cá nhân mà không có sự đồng ý của người cung cấp, như được yêu cầu.
- Không bao giờ được truyền thông tin cá nhân ra ngoài quốc gia mà thông tin đó được thu thập trừ khi bạn chắc chắn rằng luật của quốc gia đó cho phép điều này.
- Không chấp nhận thông tin cá nhân từ các đối tác kinh doanh của chúng ta nếu không có sự hiểu biết về mục đích sử dụng đã được đồng ý của thông tin đó.
- Không để những thông tin cá nhân không cần thiết hoặc không liên quan đến công việc trong máy tính cá nhân. Nếu thông tin có liên quan đến công việc, hãy xóa ngay thông tin này ngay sau khi hoàn thành công việc.

NHẬN THỨC

- Không phải tất cả thông tin cá nhân đều có được qua các kênh minh bạch như trang web của Công ty. Ngay cả các tài liệu và chứng từ kinh doanh thông thường mà chúng ta xử lý hàng ngày mà không có ý kiến của người khác cũng có thể bao gồm thông tin cá nhân. Bạn nên xóa hoặc để nặc danh cho mọi thông tin cá nhân khi chia sẻ các tài liệu này bên trong hoặc bên ngoài Công ty.
- Hãy để ý đến:
 - Tên và thông tin liên lạc của khách hàng có trong các giao tiếp kinh doanh hàng ngày với các đối tác kênh và đại lý bán lẻ của chúng ta.
 - Nghiên cứu các bảng câu hỏi, ghi chép về khiếu nại của khách hàng và các dữ liệu khác dùng để tiếp thị nội dung sản phẩm và đảm bảo chất lượng.
 - Thông tin hay dữ liệu cá nhân trong các sản phẩm mà khách hàng trả lại Công ty, như số điện thoại di động hay máy tính.

TỔ CHỨC TỐT NHẤT

dành cho nhân viên

- 26 Tuyển dụng công bằng
- 29 Môi trường làm việc tôn trọng lẫn nhau
- 32 Môi trường làm việc lành mạnh và an toàn

Chúng ta tin chắc rằng con người là tài sản quan trọng nhất và việc tôn trọng sự sáng tạo và sáng kiến của từng cá nhân là nền tảng để tạo dựng giá trị. Respecting Human Dignity thể hiện niềm tin này và đảm bảo một môi trường làm việc tích cực nơi mà việc đổi mới luôn có thể phát triển mạnh. Chúng ta phục vụ tốt nhất cho khách hàng và nhiều cổ đông khác của mình khi chúng ta thể hiện sự tôn trọng đối với nhân viên cấp dưới và ủng hộ một môi trường làm việc an toàn, công bằng và đa dạng.



VIỄN CẢNH

Hai nhân viên cấp dưới của bạn, một người đàn ông và một người phụ nữ, có đủ điều kiện để thăng chức lên vị trí quản lý. Cả hai đều có cùng thâm niên, kinh nghiệm làm việc và trình độ học vấn. Nhân viên có hiệu quả làm việc tốt hơn là người phụ nữ. Bộ phận của bạn chưa từng có nhiều phụ nữ và chưa từng có người phụ nữ nào nắm giữ vị trí quản lý. Bạn băn khoăn liệu phụ nữ có thể đảm đương được trách nhiệm này trong một bộ phận mà chưa từng có quản lý là nữ giới hay không.

Làm cách nào để tạo dựng giá trị phù hợp?

TUYỂN DỤNG CÔNG BẰNG

Chúng ta tin rằng Respecting Human Dignity được áp dụng một cách công bằng với tất cả những người mà chúng ta làm việc. Khi chúng ta đưa ra các quyết định tuyển dụng công bằng và lành mạnh và đảm bảo cơ hội như nhau cho tất cả mọi người, chúng ta có thể thu hút, giữ chân và phát triển các cá nhân một cách dễ dàng hơn, cũng như khuyến khích đưa ra những ý tưởng và khả năng đa dạng. Việc làm này giúp chúng ta tạo được một môi trường làm việc hứng khởi và tôn trọng, khuyến khích đổi mới và sáng tạo để phục vụ khách hàng và các cổ đông khác.

TIÊU CHUẨN CỦA CHÚNG TA



Chỉ xem xét các vấn đề kinh doanh hợp pháp cũng như khả năng và hiệu quả làm việc của cá nhân khi đưa ra quyết định liên quan đến công việc.

PHƯƠNG PHÁP PHÙ HỢP

- Đưa ra tất cả quyết định tuyển dụng liên quan đến việc tuyển dụng, thuê nhân công, tiền lương, phúc lợi, đào tạo, thăng chức, bổ nhiệm hay bổ nhiệm lại, các chương trình xã hội và giải trí dựa trên nhu cầu của Công ty và trình độ của cá nhân.
- Nếu bạn là người đưa ra quyết định tuyển dụng, hãy đảm bảo rằng bạn hiểu rõ các yêu cầu được nêu rõ bằng văn bản của công việc để tránh việc đưa ra quyết định dựa trên những xem xét không phù hợp hoặc không thích đáng.
- Nếu bạn là người phỏng vấn ứng viên tiềm năng, hãy biết câu hỏi nào là không phù hợp và có thể là trái luật vì chúng có thể thể hiện sự phân biệt trong tuyển dụng. Ví dụ: ở nhiều quốc gia, bạn không nên hỏi về tín ngưỡng tôn giáo của ứng viên hoặc việc ứng viên đã có gia đình hay có con hay chưa. Nếu không chắc chắn, hãy tham vấn đại diện nhân sự hoặc nhân viên phụ trách pháp lý của bạn để được trợ giúp.
- Không bao giờ phân biệt đối xử với người khác dựa trên những xem xét không phù hợp không liên quan đến công việc. Những xem xét không phù hợp có thể bao gồm:
 - Tuổi
 - Chủng tộc
 - Màu da
 - Giới tính
 - Tôn giáo
 - Quốc tịch hoặc nguồn gốc dân tộc
 - Khuynh hướng tình dục
 - Tình trạng tàn tật
 - Các đặc điểm không liên quan đến công việc khác

PHẢN HỒI

Bạn đã đúng khi quan tâm tới thành công trong tương lai của bộ phận mình. Cũng như vậy, bạn nên quan tâm tới thành công của cấp dưới cũng như đóng góp của họ cho Công ty. Respecting Human Dignity buộc chúng ta phải xem xét từng cá nhân dựa trên trình độ và tài năng của họ và bỏ qua những vấn đề không quan trọng. Ngoài ra, cam kết của chúng ta trong việc phục vụ khách hàng sẽ dẫn dắt chúng ta trong việc lựa chọn các cá nhân có thể giúp chúng ta đạt được mục tiêu này. Lựa chọn người tốt nhất cho công việc, và sau đó giúp cá nhân này thành công ở vai trò của anh ta/cô ta.





NHẬN THỨC

- Hãy cẩn thận nếu có ai đó đề nghị rằng chỉ người có giới tính, độ tuổi hoặc lý lịch cụ thể nào đó là đủ tiêu chuẩn để thực hiện một công việc nhất định. Trong một số trường hợp, một vị trí có thể có những yêu cầu nhất định, như khả năng nâng vật nặng chẳng hạn. Những yêu cầu như vậy cần phải trở thành một phần trong mô tả chính thức về công việc và làm rõ các hoạt động của vị trí đó. Nhưng mô tả công việc không nên phân biệt đối xử với một trong các xem xét không phù hợp đã liệt kê trong phần “Phương pháp phù hợp”.
- Hãy tỏ ra nghi ngờ các đề xuất tuyển dụng một nhà thầu hay bên nào khác ngoài Công ty dựa trên những xem xét không phù hợp. Cam kết của Công ty về cơ hội công bằng được áp dụng cho tất cả mọi người phục vụ cho Công ty.
- Một số đơn vị, bộ phận kinh doanh hoặc nhóm làm việc có thể có những chính sách khác nhau đối với các hoạt động ở nơi làm việc như ngày nghỉ ốm hay nghỉ sinh. Những khác biệt này có thể là do luật và quy định của địa phương. Trong mọi trường hợp, những chính sách này phải được trình bày bằng văn bản và đáp ứng các quy định pháp lý của địa phương.
- Ghi nhớ rằng “sự đa dạng” không chỉ liên quan đến lai lịch của cá nhân mà còn liên quan đến triển vọng và ý tưởng của cá nhân đó. Tích cực khuyến khích sự đa dạng trong mọi hình thức để giúp Công ty xây dựng môi trường giải pháp sáng tạo và cải tiến.



VIỄN CẢNH

Bạn được giao nhiệm vụ là quản lý mới của một nhóm nhỏ. Trong khi làm quen với các nhân viên dưới quyền mới, bạn chú ý đến một số người đôi khi pha trò và đưa ra những nhận xét rõ ràng là không phù hợp với môi trường làm việc. Tuy nhiên, không nhân viên dưới quyền mới nào coi hành động này là rắc rối. Một số người thậm chí còn nói rằng đó là cách họ gắn kết với nhau như một nhóm. Bạn do dự việc thay đổi văn hóa nhóm có vẻ đang tốt đẹp này.

Làm cách nào để tạo dựng giá trị phù hợp?



MÔI TRƯỜNG LÀM VIỆC TÔN TRỌNG LẦN NHAU

Chúng ta đánh giá cao môi trường làm việc trong đó mọi nhân viên quan tâm tới người khác và mỗi người đều thể hiện sự tôn trọng lẫn nhau trong giao tiếp hàng ngày. Những giao tiếp này mang lại sự thoải mái cho các đồng nghiệp để họ đưa ra những ý tưởng mới, thể hiện sự phản đối mang tính xây dựng các tư tưởng hiện thời và làm việc khi hiểu rằng các đồng nghiệp sẽ đánh giá cao đóng góp của họ. Môi trường làm việc thân thiện tạo ra cơ hội cho các cá nhân tạo nên sự khác biệt – đưa chúng ta đến những cải tiến cho khách hàng, phục vụ tất cả các cổ đông tốt hơn và đáp ứng tốt hơn về chuyên môn và cá nhân.



TIÊU CHUẨN CỦA CHÚNG TA

Giao tiếp với đồng nghiệp và với người khác với sự tôn trọng và quan tâm và tránh cư xử với người khác theo cách có thể bị xem là công kích hay thù địch. Ngoài ra, không bao giờ được quấy rầy, lạm dụng hoặc đe dọa đồng nghiệp hoặc nhân viên khác.

KIẾN THỨC CẦN BIẾT

Hành vi không phù hợp có thể bao gồm việc coi thường người khác do tuổi tác, chủng tộc, màu da, giới tính, tôn giáo, quốc tịch hoặc nguồn gốc dân tộc, khuynh hướng tình dục, tàn tật hoặc các đặc điểm cá nhân khác của người đó.

Hành vi này có thể là:

- Lời nói của bạn với người khác, như trong lời nhận xét hoặc trò đùa hoặc thậm chí cả cách bạn nói những điều đó.
- Những cử chỉ hoặc va chạm cơ thể hoặc bằng mắt.
- Sử dụng công nghệ, như gửi tin nhắn điện thoại hoặc tin nhắn văn bản hoặc email không phù hợp hoặc truy cập vào các trang web không phù hợp.

Hành vi không phù hợp cũng bao gồm quấy rối tình dục, hoặc các hành vi, nhận xét hoặc gợi ý thể hiện khuynh hướng tình dục khó chịu. Những hành động này có thể chịu sự ràng buộc bởi điều kiện làm việc (ví dụ: sự đền bù, thăng tiến, giao việc) hoặc sự sẵn sàng hoặc không sẵn sàng tham gia vào tình huống hoặc mối quan hệ tình dục của cá nhân. Hành vi không phù hợp cũng có thể bao gồm các hành vi tạo ra môi trường làm việc không thoải mái cho người khác.

Báo cáo mối lo ngại: Nếu bạn quan sát thấy hoặc trải qua bất kỳ hình thức quấy rối nào, bạn phải báo cáo với quản lý của mình hoặc đại diện Ban nhân sự. Công ty sẽ điều tra ngay tất cả mọi báo cáo và thực hiện những biện pháp sửa chữa phù hợp. Công ty nghiêm cấm mọi hình thức trả đũa người đã báo cáo trung thực về những hành vi sai trái đáng ngờ.



PHẢN HỒI

Với tư cách là quản lý, bạn có trách nhiệm riêng là thúc đẩy môi trường làm việc tôn trọng lẫn nhau. Điều này không chỉ có nghĩa là xử lý những hành vi sai trái của cá nhân mà còn bao gồm việc xây dựng môi trường không có các hành vi sai trái trong bất kỳ hình thức nào. Thừa nhận rằng không ai có thể chắc chắn rằng người khác có thực sự cảm thấy bị quấy rầy hoặc bị coi thường bởi hành vi không phù hợp hay không là rất quan trọng. Đó là lý do vì sao chúng ta tập trung vào việc xác định hành vi nào đó có bị coi là “không phù hợp” hay không, chứ không phải hành vi đó có được người khác chấp nhận hay không. Thực tế mọi người đều quen với các hành vi không phù hợp không có nghĩa là hành vi đó được chấp nhận trong nhóm của bạn.



PHƯƠNG PHÁP PHÙ HỢP

- Thể hiện sự tôn trọng và quan tâm trong cách giao tiếp với đồng nghiệp và với người khác.
- Nhạy bén với cách thức những người khác nắm bắt những điều bạn nói hoặc những việc bạn làm.
- Báo cáo quản lý của bạn hoặc đại diện Ban nhân sự phù hợp về các hành vi quấy rối có thể xảy ra hoặc các hành vi không phù hợp khác mà bạn chứng kiến.
- Nếu bạn là quản lý, hãy đặc biệt chú ý các hành vi không phù hợp của mình và nhân viên dưới quyền quản lý của bạn.
- Không cư xử theo cách làm người khác có thể cho là công kích, quấy rối, đáng sợ, lăng mạ hoặc thù địch, bao gồm:
 - Giao tiếp với người khác, kể chuyện cười hoặc sử dụng những từ ngữ gièm pha.
 - Có những cử chỉ cơ thể hoặc bằng mắt coi thường người khác.
- Không sử dụng điện thoại, email, máy tính, truy cập Internet hoặc các công nghệ khác để hiển thị hoặc tuyên truyền nội dung không phù hợp.
- Không hành động theo cách có thể tạo ra môi trường làm việc thù địch hoặc làm cho người khác tin rằng họ phải chấp nhận hành vi tình dục để được cân nhắc về việc làm.

NHẬN THỨC

- Nhớ rằng người khác có thể nghe thấy hoặc nghe được về những điều bạn nói. Ngay cả trong các cuộc trò chuyện riêng tư với bạn bè, tránh đưa ra những nhận xét không phù hợp có thể bị coi là công kích.
- Mỗi vùng và quốc gia có phong tục và hình thức riêng hoặc cách cư xử phù hợp. Nếu bạn đi du lịch hoặc làm việc ở nước ngoài, hãy tìm hiểu và luôn nhạy bén với những khác biệt này. Nhận thức rằng những điều phù hợp ở quốc gia bạn có thể không phù hợp ở nước khác.
- Hiểu rằng vị trí quản lý hoặc vị trí cấp cao của bạn có thể ảnh hưởng đến việc người khác chấp nhận hành vi của bạn. Luôn thận trọng trong lời nói và việc làm của bạn đối với những người ở vị trí thấp hơn.
- Nhận thức về sự phù hợp trong hành động của bạn với người khác theo vị trí trong Công ty. Việc này áp dụng cho cả nhân viên nam và nữ.



VIỄN CẢNH

Trong vài năm làm việc tại Công ty, bạn chưa gặp ai bị ốm hoặc bị thương vì công việc. Và vì bạn thấy luật quốc gia không yêu cầu các biện pháp phòng ngừa an toàn nghiêm ngặt và nguy cơ bị phạt theo quy định là rất thấp, bạn phân vân về khả năng bỏ một số luật lệ có vẻ như thừa so với tiêu chuẩn địa phương.

Làm cách nào để tạo dựng giá trị phù hợp?

MÔI TRƯỜNG LÀM VIỆC LÀNH MẠNH VÀ AN TOÀN

Các cơ hội trong môi trường làm việc tuyệt vời chỉ có khi chúng ta ưu tiên sức khỏe và an toàn. Cam kết của chúng ta về Respecting Human Dignity có nghĩa là bao gồm làm chủ môi trường làm việc bằng cách thể hiện sự quan tâm đến phúc lợi của người khác và cho chính chúng ta. Vì phúc lợi của các đồng nghiệp của chúng ta đang bị đe dọa, chúng ta không ngừng tuân thủ theo luật; trách nhiệm và mục tiêu của chúng ta là luôn vì sức khỏe và sự an toàn nghiêm ngặt. Bằng cách tuân theo những cam kết của chúng ta, chúng ta có thể tránh được các tai nạn và thương vong. Sức khỏe và an toàn phải được ưu tiên rất cao và chúng ta không thể thỏa hiệp chúng với bất kỳ mục tiêu nào khác của Công ty.

TIÊU CHUẨN CỦA CHÚNG TA



Luôn hành động và khuyến khích đồng nghiệp hành động với tâm niệm xây dựng môi trường làm việc an toàn và sức khỏe và tuân theo luật, quy định và nguyên tắc an toàn và sức khỏe phù hợp.

KIẾN THỨC CẦN BIẾT

Công ty cam kết liên tục cải tiến hiệu quả hoạt động an toàn và sức khỏe bằng cách đặt ra các chính sách và thủ tục để thúc đẩy sức khỏe và an toàn trong môi trường làm việc đáp ứng các tiêu chuẩn ngành và tất cả các quy định pháp lý và bắt buộc có liên quan của địa phương. Những nỗ lực này giải quyết những rủi ro có thể gây thiệt hại cho nhân viên hoặc đối tác kinh doanh, làm hư hại tài sản hoặc phá hủy danh tiếng là một Công ty có trách nhiệm của chúng ta. Chúng ta tìm kiếm để xúc tiến các biện pháp tốt xuyên suốt chuỗi cung ứng và trong các sản phẩm và dịch vụ mà chúng ta cung cấp cho khách hàng.

Để hiện thực hóa những mục tiêu này, ban quản lý của mỗi doanh nghiệp phải có trách nhiệm khuyến khích và đào tạo nhân viên đầy đủ để đáp ứng kỳ vọng an toàn và sức khỏe của Công ty. Nhân viên và quản lý phải tham khảo **Global EESH Codes** để tìm hiểu thêm về những kỳ vọng đó và cách đạt được các kỳ vọng đó.



PHẢN HỒI

Với tư cách là Công ty, chúng ta tự hào đã đạt kỷ lục tốt về an toàn và sức khỏe. Các sự cố hiếm khi xảy ra chính xác vì chúng ta thực hiện phòng ngừa và quản lý an toàn và sức khỏe một cách hiệu quả. Đây không phải là may mắn. Đó là bởi vì chúng ta có cam kết thực sự về Respecting Human Dignity, trong đó có quan tâm đến người khác và sức khỏe và sự an toàn của chính chúng ta. Hướng dẫn sức khỏe và an toàn môi trường của Công ty (ESH) thể hiện cam kết của chúng ta về sức khỏe và an toàn ở bất cứ nơi đâu chúng ta làm việc. Việc tuân thủ những luật lệ này, cho dù chúng có vẻ nhỏ bé hay vụn vặt là điều rất quan trọng. Hãy nhớ rằng ngay cả luật lệ tầm thường nhất cũng có mục đích của nó.



PHƯƠNG PHÁP PHÙ HỢP

- Báo cáo về tai nạn, thương vong và bất kỳ tình huống không an toàn nào trong môi trường làm việc.
- Sử dụng thiết bị bảo hộ là bắt buộc.
- Tham gia chương trình đào tạo về sức khỏe và an toàn.
- Lưu trữ dữ liệu và báo cáo về hoạt động làm ảnh hưởng đến sức khỏe và an toàn một cách chính xác.
- Làm việc với các nhà cung cấp và các đối tác kinh doanh khác để thúc đẩy sự an toàn và sức khỏe cho chúng ta và cho họ trong cả hai môi trường làm việc của chúng ta.
- Không thỏa hiệp sự an toàn và sức khỏe trong môi trường làm việc để đạt các mục đích kinh doanh khác, kể cả các mục đích ưu tiên cao hơn. Thay vào đó, trao đổi ngay với người quản lý của bạn về mâu thuẫn.
- Không bắt đầu hoạt động nếu bạn không chắc chắn về quy trình bảo vệ an toàn và sức khỏe bắt buộc.

NHẬN THỨC

- Tai nạn trong môi trường làm việc thường xảy ra đối với nhân viên đã làm việc nhiều năm ở Công ty, chứ không chỉ xảy ra với nhân viên mới. Vì vậy, luôn thực hiện cảnh giác về an toàn để bảo vệ bản thân và những người khác. Không trở thành tấm gương xấu cho người khác.
- Khi làm việc với các nhà cung cấp hoặc các đối tác kinh doanh khác, phải hiểu biết về các biện pháp sức khỏe và an toàn mà bạn cần tuân theo trong các hoạt động trong môi trường làm việc.
- Thực hiện cảnh giác về điều kiện hiện tại của bạn (ví dụ như nghỉ ngơi không đủ, sử dụng thuốc) có thể đe dọa sức khỏe và sự an toàn của bạn hoặc người khác. Tai nạn xảy ra khi bạn ít ngờ nhất và khi bạn chủ quan với sự an toàn. Nói chuyện với người quản lý của bạn nếu bạn cảm thấy không đủ sức khỏe để làm việc trong điều kiện hiện tại.

ĐỐI XỬ CÔNG BẰNG

với các đối tác kinh doanh & với thị trường

38	Thu thập có trách nhiệm các thông tin cạnh tranh
41	Sử dụng hợp lý thông tin của người khác
43	Cạnh tranh lành mạnh
45	Giao dịch với đối thủ cạnh tranh
48	Giao dịch với đối tác kênh và nhà cung cấp
51	Giao tiếp cẩn trọng
54	Tôn trọng sở hữu trí tuệ của người khác
56	Không hối lộ hoặc thanh toán không phù hợp

Phục vụ thành công khách hàng phụ thuộc vào khả năng thu hút và xây dựng mối quan hệ với nhiều khách hàng, các nhà cung cấp, các đối tác kênh và nhà thầu của chúng ta trên khắp thế giới. Công bằng, cơ hội bình đẳng và ‘chiến thắng theo luật’ là những giá trị định hướng cho hành động của chúng ta, cả trong các giao dịch với đối tác và trong hoạt động kinh doanh trên thị trường. Chúng ta tận tâm với những giá trị này. Bằng cách thể hiện cam kết về sự công bằng và cơ hội bình đẳng, chúng ta xây dựng mối quan hệ dựa trên sự tôn trọng và tin cậy lẫn nhau. Và khi chúng ta chỉ thừa nhận thành công khi đạt được thành công một cách công bằng, chúng ta đảm bảo môi trường kinh doanh mang lại sự đổi mới và sáng tạo phục vụ cho khách hàng của chúng ta.



VIỄN CẢNH

Khi bạn phỏng vấn nhân viên của một công ty cạnh tranh về vị trí công việc tiềm năng, cô ấy cho bạn biết những tài liệu liên quan đến công việc hiện tại của mình. Những tài liệu đó hóa ra là thông tin mật của công ty cạnh tranh, chúng thực sự giúp cho phòng ban của bạn cạnh tranh. Việc cô ấy cho bạn biết thông tin này không phải là lỗi của bạn. Vì vậy, bạn phân vân có nên yêu cầu cô ấy để các tài liệu này lại hay không để “bạn có thể đánh giá cô ấy tốt hơn.”

Làm cách nào để tạo dựng giá trị phù hợp?

THU THẬP CÓ TRÁCH NHIỆM THÔNG TIN CẠNH TRANH

Hiểu biết về thị trường là nhân tố sống còn để phục vụ khách hàng. Chúng ta đánh giá thông tin cạnh tranh và thông tin thị trường khác để xác định thị hiếu và nhu cầu của khách hàng và cách thức phát triển hoặc nâng cao các sản phẩm và dịch vụ của chúng ta. Trong những nỗ lực này, chúng ta thể hiện sự liêm chính bằng cách thể hiện sự tôn trọng đối với quyền lợi của đối thủ cạnh tranh và đối với quy luật của cạnh tranh lành mạnh bảo vệ quyền lợi đó. Bằng cách thể hiện rằng chúng ta có thể chiến thắng theo luật, chúng ta nâng cao danh tiếng về sự xuất sắc và hiệu quả hoạt động của mình.

TIÊU CHUẨN CỦA CHÚNG TA



Chỉ sử dụng hoặc thu thập thông tin về môi trường cạnh tranh từ các nguồn hợp pháp và các nguồn bạn có quyền truy cập vào.

PHƯƠNG PHÁP PHÙ HỢP

- Dựa vào những nguồn thông tin cạnh tranh được xuất bản hoặc công bố rộng rãi. Có thể kể tên một vài nguồn như các báo cáo nghiên cứu, các bài báo và tài liệu tiếp thị.
- Đảm bảo rằng các bên cung cấp thông tin cạnh tranh cho bạn hiểu rằng chúng ta chỉ chấp nhận thông tin được thu thập một cách hợp pháp.
- Trao đổi với khách hàng hiện tại hoặc khách hàng tiềm năng về nhu cầu của họ miễn là thông tin họ cung cấp cho chúng ta không phải là thông tin mật, trừ khi chúng ta được uỷ quyền để biết về những thông tin mật của họ.
- Phổ biến cho nhân viên mới rằng họ phải tuân thủ các điều khoản của các thỏa thuận hợp pháp về vấn đề bảo mật hoặc các nghĩa vụ tương tự mà họ phải thực hiện với nhân viên cũ hoặc các bên thứ ba khác.
- Nếu bạn thuê người đã từng làm việc cho đối thủ cạnh tranh, không gạ gẫm thông tin cạnh tranh mật từ nhân viên đó.
- Không chấp nhận thông tin về đối thủ cạnh tranh trực tiếp từ đối thủ cạnh tranh. Đây không những là cách phi pháp để thu thập thông tin cạnh tranh, mà việc chia sẻ thông tin với đối thủ cạnh tranh cũng có nghĩa là tồn tại thỏa thuận không phù hợp giữa các đối thủ cạnh tranh. Xem **“Giao dịch với đối thủ cạnh tranh”** trên trang 45.
- Bản thân bạn không được nói dối hoặc thể hiện sai để thu thập thông tin cạnh tranh.
- Không sử dụng các cơ quan nghiên cứu, hãng tư vấn hoặc bên thứ ba khác để tham gia vào hành vi mà bạn hoặc Công ty không được phép thực hiện.
- Không yêu cầu hoặc chấp nhận từ đối tác kinh doanh bất kỳ thông tin nào về đối thủ cạnh tranh của chúng ta mà bạn biết rằng thông tin đó được cung cấp bí mật.



PHẢN HỒI

Chúng ta cạnh tranh dựa trên cơ sở làm việc chăm chỉ, ý tưởng sáng tạo và khả năng nắm bắt nhu cầu của khách hàng, chứ không phải dựa trên những thông tin chúng ta không được phép thu thập. Thảo luận một số vấn đề nhất định với nhân viên mới như kinh nghiệm làm việc và kiến thức chuyên môn chung của người đó là điều cần thiết. Nhưng bạn không bao giờ được phép yêu cầu họ tiết lộ thông tin mật thuộc về công ty khác hoặc vượt quá phạm vi

sự của mình khi giữ các thông tin mật nhất định. Nếu bạn đã biết được thông tin mật của đối thủ cạnh tranh, hãy liên hệ với nhân viên phụ trách pháp lý của Công ty để tránh việc bạn thu thập thông tin mật không phù hợp.



NHẬN THỨC

- Suy nghĩ trước khi bạn yêu cầu hoặc chấp nhận bất kỳ thông tin nào về đối thủ cạnh tranh từ đại lý, nhà bán lẻ, nhà phân phối hoặc cố vấn làm việc cho Công ty và những người trước đây đã làm việc cho đối thủ cạnh tranh. Tìm kiếm sự hướng dẫn từ nhân viên phụ trách pháp lý của bạn.
- Thận trọng với đại lý, nhà bán lẻ, nhà phân phối hoặc bên thứ ba khác không sẵn sàng trao đổi về cách thu thập thông tin cạnh tranh. Điều này có thể là nguồn thông tin đó sử dụng các biện pháp đáng nghi.
- Nếu bất kỳ thông tin nào về đối thủ cạnh tranh bị nghi ngờ từ các nguồn ẩn danh, hãy thận trọng. Trước khi xem xét tài liệu, hãy tìm kiếm sự hướng dẫn từ nhân viên phụ trách pháp lý.



VIỄN CẢNH

Bạn tìm thấy trên bàn một gói tài liệu mật về đối tác kinh doanh. Bạn nhận ra rằng các đối tác kinh doanh của chúng ta thường chia sẻ thông tin về các kế hoạch và sản phẩm của họ để xúc tiến các lĩnh vực kinh doanh mới giữa các công ty. Thông tin này sẽ rất hữu ích khi bạn lập kế hoạch giới thiệu sản phẩm mới.

Làm cách nào để tạo dựng giá trị phù hợp?



SỬ DỤNG HỢP LÝ THÔNG TIN CỦA NGƯỜI KHÁC

Liên chính đối với các đối tác kinh doanh có nghĩa là giữ lời hứa và thể hiện sự tôn trọng đối với quyền lợi và lợi ích kinh doanh của các đối tác của chúng ta. Cũng như chúng ta mong muốn người khác tôn trọng quyền thông tin mật của Công ty chúng ta, chúng ta cũng làm như vậy với thông tin thuộc về khách hàng, đối tác kênh, nhà cung cấp và các đối tác kinh doanh khác của chúng ta.



TIÊU CHUẨN CỦA CHÚNG TA

Thể hiện sự chú ý khi thu thập, sử dụng và chia sẻ thông tin với người khác và thực hiện theo các nguyên tắc sử dụng phù hợp khi làm những việc trên.

PHƯƠNG PHÁP PHÙ HỢP

- Thận trọng trong việc chấp nhận thông tin mật của đối thủ cạnh tranh tiềm năng vì làm như vậy có thể gây ra mâu thuẫn về việc công ty nào đưa ra ý tưởng đó đầu tiên.
- Hỏi khách hàng và đối tác kinh doanh về điều kiện sử dụng khi họ cung cấp thông tin mật cho chúng ta cho mục đích kinh doanh.
- Khi chia sẻ thông tin của người khác, đảm bảo rằng nó được xác định là tài sản thuộc chủ sở hữu.
- Không quên luôn có sẵn thỏa thuận mật trước khi chấp nhận thông tin mật. Khi nghi ngờ, hãy hỏi nhân viên phụ trách pháp lý của bạn.
- Không sử dụng thông tin được xác định là thông tin mật mà không hiểu biết về hạn chế và nguyên tắc sử dụng phù hợp của thông tin mật đó.

NHẬN THỨC

- Nắm được điều kiện sử dụng mà Công ty thỏa thuận khi chấp nhận thông tin mật của đối tác kinh doanh. Đảm bảo rằng Công ty có thể đáp ứng những điều khoản này và các điều khoản không áp đặt những hạn chế không mong muốn lên các hoạt động kinh doanh của chúng ta, như hạn chế Công ty theo đuổi sản phẩm hoặc ý tưởng kinh doanh tương tự.
- Thận trọng về những thông tin mật không được công bố công khai, không thuộc về Công ty và không nêu rõ chủ sở hữu. Đây có thể là dấu hiệu cho thấy thông tin không được thu thập phù hợp từ công ty khác. Đừng giả định đơn giản rằng các đồng nghiệp đã điều tra những nguyên tắc này.



PHẢN HỒI

Hỏi nhân viên phụ trách pháp lý là ý tưởng hay nếu bạn không biết nguồn gốc thông tin hoặc không có dấu hiệu nào về quyền sử dụng thông tin của chúng ta. Chấp nhận thông tin mật có thể yêu cầu Công ty cũng tuân theo những nghĩa vụ nhất định đối với đối tác và chúng ta có thể không sẵn sàng chấp nhận những điều khoản này. Trong khi thông tin có thể đã được thu thập phù hợp và chúng ta có thể có quyền sử dụng chúng, việc chúng ta xác minh điều kiện và quyền thể hiện sự liêm chính và tôn trọng đối với đối tác kinh doanh của chúng ta.



CẠNH TRANH LÀNH MẠNH

Chúng ta nhận ra tầm quan trọng của thị trường cạnh tranh khuyến khích các công ty cải tiến để phục vụ tốt nhất thị hiếu của khách hàng và xã hội. Tuân theo quy luật cạnh tranh lành mạnh thúc đẩy thị trường mạnh và cạnh tranh là điều quan trọng để duy trì khả năng cải tiến và mang lại giá trị cho khách hàng của chúng ta. Khi chúng ta tuân theo những quy luật này, chúng ta không những làm cho xã hội tốt đẹp hơn mà còn giúp Công ty và các đối tác kinh doanh của chúng ta mang lại giá trị tốt hơn cho khách hàng. Chúng ta cam kết thực hiện theo luật cạnh tranh lành mạnh trong tất cả các quốc gia nơi chúng ta hoạt động. Bằng cách này, cam kết cạnh tranh lành mạnh của chúng ta không chỉ xây dựng niềm tin cho các đối tác kinh doanh và khách hàng mà còn giúp chúng ta trở thành công ty lớn mạnh và cải tiến.



Hiểu rằng luật cạnh tranh lành mạnh là tương đối phức tạp và thay đổi theo quyền hạn xét xử. Có thể khó xác định việc gì là vi phạm hay không vi phạm những quy định này. Một số quốc gia đã thực hiện quy định mở rộng phạm vi áp dụng luật của họ ra ngoài biên giới và nhiều quốc gia đã tăng cường các hành động thực thi và hình phạt.

Nếu công việc của bạn liên quan đến bán hàng, tiếp thị, R&D (Nghiên cứu & phát triển), lập kế hoạch sản xuất, tìm nguồn tài liệu hoặc thiết bị hoặc thương lượng với đối tác kênh hoặc nhà cung cấp, bạn **đặc biệt** cần phải hiểu rõ chính sách Cạnh tranh lành mạnh của Công ty và cách áp dụng vào công việc của mình. **Để biết thêm thông tin, hãy đọc Nguyên tắc cạnh tranh lành mạnh toàn cầu của công ty.**

KIẾN THỨC CẦN BIẾT

Nhìn chung, quy luật cạnh tranh lành mạnh hạn chế hoặc nghiêm cấm:

- Thỏa thuận giữa các đối thủ cạnh tranh hoặc giữa Công ty và khách hàng, đối tác kênh hoặc nhà cung cấp, hạn chế cạnh tranh một cách không lành mạnh.
- Công ty lạm dụng vị thế của mình trong chuỗi cung ứng hoặc thị trường để đạt được lợi thế không công bằng so với các công ty khác, đặc biệt là các quan hệ kinh doanh nhỏ hơn.
- Việc sát nhập, mua lại, liên doanh hoặc các hình thức liên kết tiềm năng khác có thể cản trở cạnh tranh lành mạnh mà không có sự xem xét hoặc phê duyệt trước của chính phủ hoặc theo quy định.

Các cá nhân vi phạm luật cạnh tranh lành mạnh phải đối mặt với những hình phạt nặng nề bao gồm buộc áp dụng án tù dài hạn và các hình phạt nghiêm khắc khác.

Điều này cũng áp dụng cho cả những cá nhân khác liên quan. Hậu quả cũng rất nghiêm trọng đối với Công ty vì có thể phải chịu những hình phạt nghiêm khắc, các vụ kiện tụng nhiều cấp/phức tạp và có thể bị hạn chế hoạt động kinh doanh ở quốc gia áp dụng. Vì những lý do này, Công ty rất thận trọng trong các hoạt động kinh doanh có thể vi phạm những quy định này.

Sử dụng các nguyên tắc sau để tránh các sự cố:

1. Thực hiện đánh giá kinh doanh độc lập – Đưa ra quyết định dựa trên đánh giá tình huống khách quan và cân nhắc cẩn thận số liệu thực tế và các lựa chọn hiện có.
2. Thông báo cho nhân viên phụ trách pháp lý của bạn nếu bạn nhận được đề nghị về hành vi không hợp pháp từ đối thủ cạnh tranh.
3. Tìm kiếm sự trợ giúp khi không chắc chắn về hành động đúng cần thực hiện.
4. Thông báo cho nhân viên phụ trách pháp lý của bạn về bất kỳ liên lạc nào từ cơ quan hành pháp. Không gửi bất kỳ tài liệu hoặc giấy tờ nào mà không có sự phê duyệt của nhân viên phụ trách pháp lý.



VIỄN CẢNH

Một trong những đối tác kênh của Công ty yêu cầu chúng ta bán với giá rất thấp. Người mua này sẽ không quyết toán và cho rằng đối thủ cạnh tranh của chúng ta cũng bán với giá này và thậm chí đã đề nghị mức giá này trước. Trừ khi có những thay đổi to lớn và khó khăn xảy ra trên thị trường mà bạn không nắm được, bạn nghĩ rằng đối thủ cạnh tranh của bạn không thể đề nghị mức giá đó. Bạn xem xét việc xác minh mức giá này với đối thủ cạnh tranh chỉ để chắc chắn câu chuyện của đối tác kênh.

Làm cách nào để tạo dựng giá trị phù hợp?



CẠNH TRANH LÀNH MẠNH: GIAO DỊCH VỚI ĐỐI THỦ CẠNH TRANH

Chúng ta muốn tôn trọng các đối thủ cạnh tranh và tránh các tình huống có thể tạo ra các phản ứng không phù hợp. Nói chung, quan hệ giữa các đối thủ cạnh tranh có thể gây ra những vấn đề về cạnh tranh lành mạnh. Trách nhiệm hàng đầu của chúng ta là phục vụ khách hàng. Chúng ta thực hiện điều đó bằng cách hỗ trợ những quy định khuyến khích sự cải tiến liên tục và thành công trên thị trường cạnh tranh mạnh mẽ.



TIÊU CHUẨN CỦA CHÚNG TA

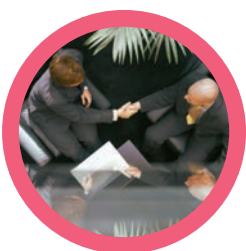
Không tham gia vào các hợp đồng, thỏa thuận hoặc chính thức, không chính thức hoặc ngụ ý với đối thủ cạnh tranh mà không có sự phê duyệt của nhân viên phụ trách pháp lý. Tìm kiếm sự hướng dẫn phù hợp trước khi khuyến khích Công ty thực hiện theo các hành động của đối thủ cạnh tranh. Các nhà quản lý có thể hiểu sai động thái này là chống cạnh tranh.

KIỆN THỨC CẦN BIẾT

Các thỏa thuận không phù hợp không phải chỉ về giá cả tiêu dùng. Các thỏa thuận có thể về bất kỳ vấn đề gì có thể ảnh hưởng đến giá cả hoặc sự lựa chọn của người tiêu dùng, ví dụ như:

- **Ấn định giá** – Thỏa thuận về giá cả với đối tác kênh hoặc khách hàng dưới bất kỳ hình thức nào, bao gồm, ví dụ việc sử dụng công thức định giá, chiết khấu hoặc giảm giá, hay thỏa thuận về giá phải trả cho nhà cung cấp.
- **Thao túng đấu thầu** – Thỏa thuận về cách bỏ thầu cho khách hàng hoặc doanh nghiệp đối tác kênh, ví dụ như thỏa thuận về giá cả hoặc các điều kiện khác đưa ra trong phương án mời thầu. Thông thường, việc này được thực hiện để đối thủ cạnh tranh giành được một cơ hội khách hàng và đối thủ khác giành được cơ hội tiếp theo.
- **Thỏa thuận về hoạt động, sản xuất hoặc phân phối** – Thỏa thuận về mức hoặc các giới hạn khác về sản xuất hoặc phân phối sản phẩm, hay thỏa thuận về các hoạt động sản xuất khác.
- **Phân bổ thị trường, khu vực hoặc khách hàng** – Thỏa thuận về phân chia thị trường, khu vực hoặc khách hàng để giảm sự cạnh tranh trong mỗi tình huống.
- **Tẩy chay nhóm** – Thỏa thuận không thực hiện kinh doanh với các cá nhân hoặc nhóm khách hàng, nhà phân phối hoặc nhà cung cấp nhất định, chẳng hạn, đến khi nhóm đó đồng ý với giá ưu đãi hơn hoặc các điều kiện khác.

Thỏa thuận không cần phải được đáp ứng hoặc thậm chí chưa được thực hiện cũng bị coi là bất hợp pháp. Thậm chí những cố gắng không thành công để đạt được thỏa thuận trong đó bất kỳ bên nào không có ý định dừng lại có thể được xem là âm mưu vi phạm luật cạnh tranh lành mạnh.



PHẢN HỒI

Trao đổi thông tin về giá cả với đối thủ cạnh tranh không bao giờ là giải pháp đúng; hơn nữa, nó còn là bất hợp pháp ở nhiều quốc gia. Chúng ta phải cạnh tranh dựa trên những quyết định giá cả của mình và quan trọng hơn, dựa trên giá trị thực mà sản phẩm và dịch vụ mà chúng ta cung cấp cho khách hàng. Chúng ta phải tìm hiểu sự cạnh tranh về giá cả bằng cách sử dụng dữ liệu thu thập được một cách hợp pháp.

PHƯƠNG PHÁP PHÙ HỢP



- Tránh thu thập thông tin về đối thủ cạnh tranh mà không có mục đích kinh doanh cụ thể hoặc không có bộ chương trình chủ đề thảo luận hợp pháp.
- Khi cuộc thảo luận về việc thu thập hợp pháp thông tin về đối thủ cạnh tranh bắt đầu liên quan đến giá cả hoặc các chủ đề mào hiểm khác:
 - Tuyên bố rõ ràng rằng cuộc thảo luận này ngược với chính sách Công ty.
 - Dừng cuộc thảo luận và đảm bảo rằng tuyên bố và việc chuyển hướng của bạn đã được ghi lại.
 - Thông báo ngay cho nhân viên phụ trách pháp lý của bạn về tình huống đó.
- Không trao đổi thông tin cụ thể với đối thủ cạnh tranh mà không có sự phê duyệt của nhân viên phụ trách pháp lý hoặc sự phê duyệt “ngầm” chung đối với việc trao đổi thông tin thông thường. Ví dụ, không trao đổi:
 - Giá cả
 - Sản lượng sản phẩm
 - Danh sách khách hàng
 - Khu vực bán hàng
 - Điều khoản tín dụng

NHẬN THỨC

- Tránh thảo luận, trao đổi thông tin hoặc giao tiếp khác với đối thủ cạnh tranh. Ngay cả những giao tiếp vô hại nhất cũng có thể bị hiểu sai và đe dọa danh tiếng của Công ty chúng ta.
- Các hoạt động nhất định giữa các đối thủ cạnh tranh, như các chương trình liên doanh hoặc nghiên cứu, có thể phù hợp khi mục đích là phục vụ khách hàng mà một mình Công ty không thể thực hiện được. Nhưng luôn tìm kiếm sự hướng dẫn từ nhân viên phụ trách pháp lý trước khi thảo luận lần đầu về những thỏa thuận như vậy với đối thủ cạnh tranh.



VIỄN CẢNH

Công ty của chúng ta là khách hàng duy nhất của một nhà cung cấp cụ thể. Trong quan hệ này, chúng ta có một số bất đồng nhỏ mà nhà cung cấp cho rằng không công bằng. Hơn nữa, mối quan hệ này không tốt đẹp đối với Công ty và bạn muốn chấm dứt mối quan hệ này.

Làm cách nào để tạo dựng giá trị phù hợp?

CẠNH TRANH LÀNH MẠNH: GIAO DỊCH VỚI ĐỐI TÁC KÊNH VÀ NHÀ CUNG CẤP

Cạnh tranh lành mạnh liên quan đến cách giao tiếp của chúng ta với đối thủ cạnh tranh và các nhà cung cấp, các đối tác kênh, các nhà thầu và các đối tác kinh doanh khác của chúng ta. Các mối quan hệ của chúng ta cuối cùng phải tập trung vào phục vụ khách hàng và làm việc hiệu quả với các đối tác kinh doanh và không hạn chế kinh doanh lành mạnh.. Để thực hiện việc này, chúng ta phải nỗ lực xây dựng lòng tin và sự hợp tác lẫn nhau với các đối tác kinh doanh của chúng ta bằng cách đảm bảo cơ hội bình đẳng cho các đối tác kinh doanh của chúng ta và thể hiện sự công bằng và minh bạch trong mọi giao dịch kinh doanh của chúng ta.

TIÊU CHUẨN CỦA CHÚNG TA



Thể hiện sự công bằng và liêm chính trong tất cả các quan hệ kinh doanh của chúng ta với các đối tác kênh, nhà cung cấp và các đối tác kinh doanh. Thận trọng khi đề xuất giá bán lẻ cho các đối tác kênh của chúng ta hoặc thiết lập các điều khoản và điều kiện mua hàng với các nhà cung cấp của chúng ta.

KIẾN THỨC CẦN BIẾT

Các hoạt động không phù hợp liên quan đến đối tác kinh doanh của chúng ta có thể bao gồm:

- **Từ chối giao dịch** – Không thực hiện kinh doanh với đối tác tiềm năng hoặc đối tác trước đây mà không có lý do hợp pháp. Những nỗ lực này có thể liên quan đến hành vi phân bổ khách hàng với đối thủ cạnh tranh.
- **Sử dụng vị trí giao dịch cấp cao không công bằng** – Sử dụng vị thế cấp cao của Công ty so với nhà cung cấp hoặc đối tác kênh để ép giá không công bằng, từ chối hoặc trì hoãn thực hiện thanh toán, áp đặt mục tiêu bán hàng, lập lại các điều khoản kinh doanh, can thiệp vào việc quản lý hoặc các hành động không công bằng khác.
- **Phân biệt giá hoặc trợ giá** – Đặt giá cho các đối tác kênh nhất định ngoài cơ cấu áp giá thông thường và không có lý do phù hợp. Cung cấp sự hỗ trợ ngoài tài chính cũng có thể được tính ở đây.
- **Giao dịch độc quyền với đối tác hoặc khu vực nhất định** – Đặt ra các điều khoản hạn chế vô lý quyền tự do thực hiện kinh doanh của đối tác. Việc này có thể bao gồm chỉ giao dịch với điều kiện là đối tác của chúng ta không giao dịch với đối thủ cạnh tranh và lập khu vực bán hàng độc quyền.
- **Duy trì giá bán lại** – Yêu cầu đối tác kênh bán sản phẩm của Công ty ở mức giá nhất định, ngừng bán hàng cho đối tác đó vì quyết định giá cả của họ hoặc phạt đối tác kênh vì không duy trì giá bán lại dựa trên khiếu nại của đối tác khác.
- **Các thỏa thuận áp đặt hoặc ràng buộc** – Yêu cầu đối tác bán hoặc mua từ Công ty để Công ty cũng làm như vậy với đối tác, hoặc là thỏa thuận bán sỉ hoặc cho các sản phẩm cụ thể không liên quan khác.
- **Giá cả cướp đoạt** – Đặt giá thấp một cách bất công cho các đối tác kênh hoặc khách hàng, như dưới giá vốn hoặc mua với giá cao bất công từ nhà cung cấp, để loại bỏ đối thủ cạnh tranh.

Để tìm hiểu thêm về các quy tắc và tiêu chuẩn của chúng ta khi giao dịch với các đối tác kinh doanh, tham khảo **LG Electronics Procurement Policy**.

PHẢN HỒI

Công ty có quyền lựa chọn đối tác kinh doanh của mình. Đồng thời, chúng ta muốn thực hiện những nỗ lực hợp lý để giúp các đối tác kinh doanh của chúng ta thành công. Miễn là chúng ta đưa ra quyết định dựa trên những dữ liệu thực tế và đánh giá tốt, chúng ta sẽ không hoạt động vi phạm luật cạnh tranh lành mạnh. Thực hiện hoạt động trung thực để thuyết phục nhà cung cấp rằng quyết định này được đưa ra dựa trên cơ sở công bằng và hợp lý. Đồng thời, đảm bảo rằng bạn có thể chứng minh bằng tài liệu quyết định của mình dựa trên hoạt động của nhà cung cấp. Sẽ tốt hơn khi xem lại tình huống này với nhân viên phụ trách pháp lý trước khi bạn phá vỡ những ràng buộc với nhà cung cấp.





PHƯƠNG PHÁP PHÙ HỢP

- Trước khi thực hiện những tiêu chuẩn định giá mua sắm mới và các quyết định khác về cách thức Công ty giao dịch với đối tác kinh doanh, xem xét "Cẩm nang" về chính sách thu tóm toàn cầu của công ty để đảm bảo rằng các kế hoạch đặt ra sẽ không tạo ra các giao dịch không công bằng với các đối tác kinh doanh của chúng ta.
- Xem xét với nhân viên phụ trách pháp lý về các chiến lược tiếp thị, quảng cáo hoặc định giá mới có thể tạo ra sự khác biệt của Công ty với các đối tác kinh doanh.
- Nêu rõ lý do, tiêu chuẩn hoặc tiêu chí đưa ra quyết định của chúng ta khi những quyết định này liên quan đến những thay đổi quan trọng trong giá cả, số lượng hoặc các điều khoản khác trong quan hệ kinh doanh của chúng ta. Đảm bảo rằng đối tác kênh hiểu rằng Công ty đưa ra những quyết định này dựa trên cơ sở công bằng và khách quan.
- Sử dụng những tiêu chuẩn công bằng và khách quan khi đưa ra quyết định liên quan đến cạnh tranh với đối tác kinh doanh hoặc khi chấm dứt kinh doanh với một quan hệ kinh doanh hiện có. Đồng thời, đảm bảo rằng bạn có thể cung cấp bằng chứng bằng văn bản có thể cho thấy rằng quyết định như vậy được đưa ra hợp lý và hợp pháp.
- Không bao giờ ép buộc đối tác kênh của chúng ta bán với giá bán lẻ cụ thể. Có thể đề xuất giá bán lẻ được khuyến nghị nhưng bất kỳ việc đe dọa hoặc dấu hiệu cắt giảm ưu đãi, khuyến khích hoặc áp dụng hình phạt nào có thể vi phạm luật cạnh tranh bình đẳng.
- Không gặp nhiều hơn hai đối tác đồng thời để thảo luận về các vấn đề có thể vi phạm việc cạnh tranh, như chọn đối tác kênh hoặc phân chia khu vực.
- Không tham gia vào thỏa thuận có thể vi phạm tinh thần cạnh tranh lành mạnh mà không xem xét vấn đề đó với nhân viên phụ trách pháp lý trước.

NHẬN THỨC

- Bất kỳ hợp đồng, thỏa thuận nào mà Công ty thực hiện với đối tác có thể bao gồm các điều khoản có thể khiến công ty vi phạm tiêu chuẩn hoặc yêu cầu pháp lý khác.
- Đôi khi đối tác kinh doanh của công ty có thể cũng là đối thủ cạnh tranh của công ty. Trong những tình huống này, tiêu chuẩn cạnh tranh lành mạnh trở nên khó áp dụng hơn và bạn phải tham khảo ý kiến của nhân viên phụ trách pháp lý.
- Đặc biệt lưu ý các trường hợp đối tác nhỏ phụ thuộc nhiều vào doanh nghiệp của chúng ta. Trong những trường hợp này, những hành động chống lại đối tác rất có thể bị coi là lạm dụng vị thế của chúng ta trong chuỗi cung ứng.
- Nếu bạn từ chối hoạt động kinh doanh tiềm năng với đối tác kinh doanh cụ thể mà không có lý do hợp lý, cơ quan chuyên trách về cạnh tranh lành mạnh và tổ chức bị từ chối có thể nghi ngờ rằng Công ty âm mưu phân bổ khách hàng hoặc đang cố gắng củng cố vị trí thống trị của mình.



VIỄN CẢNH

Sau khi nói chuyện với đối tác kênh, bạn bị thuyết phục là một đối thủ cạnh tranh sắp tăng giá. Bạn cho rằng đây là dấu hiệu tốt để Công ty cũng có thể tăng giá. Bạn cân nhắc việc viết thư đề nghị cho người quản lý của bạn rằng “Công ty nên tăng giá vì bạn hiểu rằng đối thủ cạnh tranh sẽ tăng giá.”

Làm cách nào để tạo dựng giá trị phù hợp?



CẠNH TRANH LÀNH MẠNH: GIAO TIẾP CẢN TRỌNG

Công ty thể hiện cam kết cạnh tranh lành mạnh thông qua sự giao tiếp với bên trong và bên ngoài. Những điều chúng ta nói và viết tạo thành tinh thần chung về cách thức chúng ta cạnh tranh và phản ánh những nỗ lực to lớn chúng ta đang thực hiện để đảm bảo hành động của chúng ta không vi phạm luật cạnh tranh lành mạnh. Chúng ta cam kết tránh xảy ra việc vi phạm cạnh tranh lành mạnh. Luôn xem xét cạnh tranh lành mạnh trong cách thức tuyên truyền về các hoạt động của Công ty.



TIÊU CHUẨN CỦA CHÚNG TA

Luôn thận trọng khi các giao tiếp bằng lời nói và văn bản trong Công ty liên quan đến các vấn đề cạnh tranh lành mạnh và không bao giờ thể hiện rằng Công ty quan tâm đến các vụ dàn xếp liên quan đến cạnh tranh không lành mạnh.

KIẾN THỨC CẦN BIẾT

Giao tiếp trong công ty có nhiều hình thức, tất cả những hình thức đó có thể giúp hỗ trợ hoặc làm ảnh hưởng đến danh tiếng của Công ty. Những hình thức giao tiếp này bao gồm, ví dụ:

- Thông báo bằng văn bản, email, ghi chú trong các mẫu giấy và tin nhắn nhanh.
- Các bài thuyết trình chính thức với đối tác, khách hàng, nhà cung cấp, ban giám đốc và đồng nghiệp.
- Các bài phát biểu trong cuộc họp đối tác, các bài phỏng vấn báo chí hoặc cuộc họp trong ngành và thậm chí trong các cuộc trao đổi thông thường.



PHẢN HỒI

Việc nhân viên bán hàng và các nhân viên khác hỏi khách hàng về giá mà đối thủ cạnh tranh đưa ra và việc nhận thông tin thị trường từ các nguồn bên thứ ba, chẳng hạn như cơ quan nghiên cứu, là hợp pháp và phù hợp. Điều không phù hợp là thu thập thông tin trực tiếp từ đối thủ cạnh tranh. Khi giao tiếp về những thông tin nhạy cảm như vậy, bạn phải nắm rõ nguồn thông tin để không có nghi ngờ về cách thu thập thông tin của bạn. Trong trường hợp này, bạn thu thập thông tin một cách phù hợp, nhưng thư báo gửi quản lý của bạn lại cho thấy rằng bạn thu thập thông tin đó không phù hợp – trực tiếp từ đối thủ cạnh tranh. Bạn phải sửa lại cho đúng thông báo đó.



PHƯƠNG PHÁP PHÙ HỢP

- Xem xét các tiêu chuẩn cạnh tranh lành mạnh khi giao tiếp về Công ty và các hoạt động của công ty, bằng lời nói hoặc bằng văn bản.
- Giả định rằng tất cả việc giao tiếp trong Công ty đều được cơ quan pháp lý xem xét.
- Tránh ngôn ngữ gây hiểu lầm có thể mang lại ấn tượng sai về các hoạt động cạnh tranh của Công ty.
- Tránh nhận xét về các xu hướng trong ngành, như giá cả, có thể làm cho Công ty đạt đến thỏa thuận với đối thủ cạnh tranh.
- Xác định nguồn của thông tin cạnh tranh trong những thứ bạn viết để cho thấy rằng các thông tin đó được thu thập một cách phù hợp. Đồng thời xem **“Thu thập có trách nhiệm các thông tin cạnh tranh”** trên trang 38.
- Không gièm pha các đối thủ cạnh tranh hoặc sản phẩm hoặc dịch vụ của họ. Việc so sánh sản phẩm hoặc dịch vụ phải có thực hoặc có bằng chứng ủng hộ. Đồng thời xem **“Tiếp thị có trách nhiệm”** trên trang 12.
- Không sử dụng những thuật ngữ có thể gây ấn tượng sai về cách chúng ta giao dịch với đối thủ cạnh tranh. Các thuật ngữ cần thận trọng bao gồm:
 - “Loại bỏ đối thủ cạnh tranh”
 - “Gây bất lợi cho cạnh tranh”
 - “Chúng ta sẽ thống trị thị trường”
 - “Hợp tác với đối thủ cạnh tranh”
 - “Chúng ta sẽ có thỏa thuận chung với đối thủ cạnh tranh”

NHẬN THỨC

- Tuân theo quy định pháp lý hoặc các yêu cầu khác để tránh cho giao tiếp trong Công ty liên quan đến kiện tụng, yêu cầu quy định hoặc các hoạt động pháp lý khác, ngay cả khi các thủ tục lưu trữ của Công ty đã đánh dấu tài liệu đó là hủy. Việc hủy những thông tin này không đúng cách có thể gây thiệt hại cho Công ty.

Đồng thời xem **“Lưu trữ tài liệu cẩn thận”** trên trang 75.



VIỄN CẢNH

Một trong những sản phẩm của Công ty đã bán rất chạy ở thị trường nước ngoài do chiến dịch quảng cáo đặc biệt trong đó có sử dụng nhân vật nổi tiếng. Vì nhân vật nổi tiếng đó cũng được tin nhiệm ở quốc gia của bạn, bạn cảm thấy chắc chắn rằng sử dụng lại những quảng cáo này sẽ là cách tiết kiệm và hiệu quả để thúc đẩy doanh số bán hàng. Bạn biết rằng Công ty đã cấp quyền công bố danh tiếng, do đó mọi việc bạn cần làm là biên soạn lại quảng cáo sao cho phù hợp với ngôn ngữ và phong cách của đất nước bạn.

Làm cách nào để tạo dựng giá trị phù hợp?

TÔN TRỌNG SỞ HỮU TRÍ TUỆ CỦA NGƯỜI KHÁC

Cạnh tranh công bằng có nghĩa là thể hiện sự tôn trọng đối với quyền sở hữu tài sản trí tuệ của người khác. Cũng giống như chúng ta mong muốn người khác tôn trọng tài sản trí tuệ của mình, chúng ta thể hiện sự công bằng khi tôn trọng tài sản trí tuệ của người khác và thận trọng khi phát triển các ý tưởng của riêng chúng ta. Trong công ty công nghệ cao nơi các ý tưởng tốt phải nhanh chóng được phát triển để công ty duy trì khả năng cạnh tranh, cách chúng ta thể hiện sự quan tâm đối với quyền sở hữu tài sản trí tuệ của người khác thực sự thể hiện cam kết của chúng ta với những nguyên tắc này.



TIÊU CHUẨN CỦA CHÚNG TA

Thể hiện sự tôn trọng sở hữu trí tuệ của người khác. Chỉ sử dụng thông tin hoặc tài liệu khi chúng ta có quyền, ví dụ như khi có sự cho phép của người sở hữu.

PHƯƠNG PHÁP PHÙ HỢP

- Nghiên cứu xem tài liệu, thông tin, phương tiện (như hình ảnh, âm thanh và video) hoặc các khái niệm khác mà chúng ta thu được hoặc có kế hoạch sử dụng có thể do một bên khác sở hữu hay không. Nếu đúng như vậy, hãy xác định yêu cầu sử dụng thông tin này.
- Đảm bảo bạn hiểu rõ điều kiện và điều khoản sở hữu trí tuệ mà Công ty đã cấp phép cho chúng ta sử dụng.
- Không sử dụng thiết kế, công nghệ, phương tiện hoặc thông tin do công ty hoặc cá nhân khác sở hữu mà không có sự cho phép sử dụng của họ.
- Không bao giờ được sử dụng hoặc chia sẻ bí mật kinh doanh của người khác khi bạn hoặc Công ty không có quyền về mặt pháp lý.

NHẬN THỨC

- Hãy giám sát các đối thủ được nhà cung cấp của chúng ta cho phép sử dụng thành phẩm xem họ có sử dụng công nghệ là tài sản trí tuệ của bên khác hay không.
- Thận trọng khi sử dụng những hình ảnh, âm thanh, video và phương tiện khác trên Internet khi thoát nhìn chúng dường như là tài liệu sử dụng miễn phí. Đừng giả định rằng đây là tài liệu có sẵn mà không có giấy phép sử dụng.
- Đồng thời, thận trọng khi sử dụng mã nguồn mở. Mặc dù mã nguồn mở nói chung có thể được sao chép và/hoặc kết hợp vào sản phẩm phần mềm của chúng ta, nhớ rằng, trên thực tế, việc sử dụng như vậy chỉ được cho phép tuân theo những điều kiện cấp phép cụ thể (chẳng hạn như mở mã nguồn riêng của chúng ta).
- Phải nhận thức rõ rằng những tài liệu được đồng nghiệp luân chuyển qua email có thể là tài sản trí tuệ của bên khác, do đó có thể bị hạn chế cách sử dụng và chia sẻ. Nói chung, hãy coi các bài báo, báo cáo nghiên cứu và các tài liệu được xuất bản khác là tài sản trí tuệ của người khác.

Để tìm hiểu thêm, tham khảo **Patent Operations Management Principles** và **Software Compliance Policy**.

Xem thêm “**Bảo vệ tài sản trí tuệ của công ty**” trên trang 69.

PHẢN HỒI

Chúng ta muốn thể hiện sự tôn trọng và kính trọng đối với quyền sở hữu trí tuệ của người khác – bao gồm không chỉ các đối thủ cạnh tranh mà còn là các đối tác kinh doanh của chúng ta. Điều này bao gồm quá trình nghiên cứu những điều chúng ta có thể và không thể thực hiện theo sự hiểu biết mà chúng ta cùng đối tác kinh doanh đã tạo dựng nên. Trong trường hợp này, điều quan trọng cần biết là hầu hết giấy phép cấp quyền công bố có giới hạn ở khu vực địa lý. Chúng ta xây dựng niềm tin với đối tác kinh doanh thông qua sự miễn cưỡng và thận trọng khi sử dụng quyền sở hữu trí tuệ của họ.





VIÊN CẢNH

Một lô hàng nguyên liệu thô quan trọng đã bị giữ tại hải quan trong vài tuần. Cơ quan hải quan không đưa ra bất kỳ giải thích nào về việc trì hoãn. Và mặc dù bạn đã rất nỗ lực, bạn thấy thật khó liên hệ với nhân viên phụ trách để giải quyết vấn đề. Sau đó, bạn được một “người môi giới hải quan” tiếp cận và ông ta tự tin tuyên bố có thể làm cho lô hàng được thông quan vào ngày mai nếu bạn để mọi việc cho anh ta.

Làm cách nào để tạo dựng giá trị phù hợp?

KHÔNG HỎI LỘ HOẶC THANH TOÁN KHÔNG PHÙ HỢP

Cam kết của chúng ta về Jeong-Do Management và “Winning by the Rules” (Chiến thắng bằng quy tắc) yêu cầu chúng ta thể hiện tiêu chuẩn cao nhất về tính chính trực và minh bạch trong các giao dịch kinh doanh của chúng ta với khách hàng, đối tác kinh doanh và cộng đồng của chúng ta. Để thực hiện điều đó, tất cả chúng ta phải tiến hành các hoạt động của mình theo cách công bằng và minh bạch và không bao giờ sử dụng hỏi lộ hoặc các phương thức không phù hợp khác để thúc đẩy các mục tiêu kinh doanh của chúng ta

TIÊU CHUẨN CỦA CHÚNG TA



Dù chúng ta hoạt động kinh doanh ở nơi nào trên thế giới, không đề nghị hoặc hứa hẹn hối lộ hoặc thực hiện gạ gẫm để có những lợi thế kinh doanh không thích hợp

KIẾN THỨC CẦN BIẾT

Hối lộ là đề nghị, hứa hẹn hoặc đưa tiền hoặc bất kỳ thứ gì có giá trị cho viên chức chính phủ với ý định gây ảnh hưởng sai lệch đến viên chức đó để đạt được hoặc lấy được công việc kinh doanh hoặc nếu không, để đảm bảo bất kỳ lợi thế kinh doanh không phù hợp nào

- **Viên chức chính phủ** không chỉ nói đến đại diện của cơ quan chính phủ mà còn bao gồm nhân viên hoặc đại diện của doanh nghiệp nhà nước, đại diện của đảng phái chính trị, ứng cử viên cho văn phòng chính trị và nhân viên của các tổ chức công/từ thiện được coi là tương đương với cơ quan chính phủ (Ngoài ra, xin lưu ý rằng ngay cả khi người nhận không phải là viên chức chính phủ, việc đưa tiền hoặc bất kỳ thứ gì có giá trị với mục đích gây ảnh hưởng sai lệch đến nhiệm vụ của người đó vẫn thường bị coi là bất hợp pháp)
- **Thứ có giá trị** không chỉ bao gồm các khoản thanh toán bằng tiền, quà tặng, ăn uống và giải trí mà còn bao gồm bất kỳ khoản hoàn trả chi phí, chiết khấu khi mua sản phẩm hoặc dịch vụ của chúng ta, hứa hẹn việc làm hoặc thậm chí ủng hộ cá nhân
- **Lợi thế kinh doanh** bao gồm đặc quyền/tạo điều kiện trong các vấn đề về hải quan, thuế, thị thực nhập cảnh, phê duyệt của chính phủ cũng như giành được cơ hội kinh doanh mới thông qua việc đấu thầu của chính phủ, v.v..

Hối lộ là hành vi phạm tội hình sự nghiêm trọng tại mọi quốc gia chúng ta hoạt động và hình phạt có thể rất nặng nề đối với cả cá nhân và Công ty. Các quốc gia không chỉ trừng phạt tham nhũng trong nước, họ cũng truy tố mạnh mẽ việc hối lộ xảy ra ở nước ngoài thông qua việc áp dụng thẩm quyền xuyên biên giới. Ví dụ: các quốc gia như Hoa Kỳ đã áp đặt hình phạt chống tham nhũng nghiêm trọng tại Hoa Kỳ cho các công ty ngoài Hoa Kỳ dựa trên điện chuyển khoản ngân hàng qua ngân hàng đặt tại Hoa Kỳ hoặc qua email đi qua máy chủ đặt tại Hoa Kỳ. Ngay cả khi việc đưa hối lộ được coi là tập quán tại quốc gia mà bạn hoạt động, bạn đừng bao giờ cho rằng bạn được phép hoặc an toàn khi làm như vậy.

Ngay cả khi đại diện của chúng ta hoặc nhân viên của công ty liên doanh tham gia vào việc hối lộ, Công ty cũng có thể phải chịu trách nhiệm nếu chúng ta biết hoặc đáng lẽ phải biết về việc đó.

PHẢN HỒI

Khi xem xét thuê người môi giới, nhà tư vấn hoặc bên thứ ba khác giải quyết vấn đề pháp lý hoặc hành chính với chính phủ địa phương, bạn phải cảnh giác liệu họ có sử dụng hối lộ hoặc phương thức không phù hợp khác không. Điều quan trọng cần nhớ rằng chúng ta sẽ chịu trách nhiệm không chỉ đối với hành động của chính chúng ta mà còn đối với hành động của bên thứ ba thay mặt chúng ta.





PHƯƠNG PHÁP PHÙ HỢP

- Khi thuê đại diện, nhà tư vấn hoặc người môi giới bên thứ ba xử lý các vấn đề chính phủ như hải quan, thuế, thị thực nhập cảnh và phê duyệt:
 - Kiểm tra xem đại diện bên thứ ba có quan hệ gia đình hay quan hệ đặc biệt khác trước đây với viên chức chính phủ đang đề cập không
 - Xem xét liệu phí của đại diện có hợp lý không và giám sát những chi phí cá nhân phát sinh có cần thiết để thực hiện công việc của họ không
- Có thể tặng những món đồ khuyến mại không tốn kém, những bữa ăn và giải trí đơn giản, không thường xuyên như một cử chỉ lịch sự và quan hệ đối tác. Tuy nhiên, những bữa ăn, quà tặng hoặc giải trí như vậy:
 - Phải hiển nhiên hợp lý đến mức không bị coi là xa hoa cũng không được làm người nhận cảm thấy buộc phải có cử chỉ đáp trả
 - Phải được tặng một cách cởi mở và minh bạch để tránh khả năng bị hiểu lầm là khoản thanh toán không phù hợp
- Khi hoàn trả công tác phí hoặc chi phí khác của viên chức chính phủ, chỉ đề nghị thanh toán các chi phí thực sự phát sinh cần thiết cho việc thực hiện hoạt động quan hệ chính phủ hợp pháp như sự kiện quảng bá sản phẩm, v.v..

NHẬN THỨC

- Nếu bạn thuê chuyên gia địa phương độc lập để giải quyết các vấn đề pháp lý, thuế, hải quan hoặc phê duyệt của chính phủ, bạn phải giám sát liệu chuyên gia đó có tham gia vào hành vi hối lộ hoặc các hành động không phù hợp khác vì lợi ích của Công ty hay không. Thận trọng về:
 - Các chuyên gia được giới thiệu bởi hoặc có quan hệ gia đình với viên chức phụ trách; Các chuyên gia không có trình độ gì nổi bật ngoài việc quen biết trước đây với viên chức phụ trách cụ thể
 - Khi chuyên gia muốn giữ bí mật thỏa thuận dịch vụ của họ hoặc từ chối chấp nhận điều khoản chống hối lộ.
 - Đòi hỏi chi phí hoặc phí hoa hồng lớn một cách bất hợp lý; Hóa đơn mập mờ hoặc đáng nghi; Khai báo chi phí không có chứng từ rõ ràng
 - Khi chuyên gia (hoặc viên chức đang đề cập đến) yêu cầu trả các chi phí cho quốc gia thứ ba, bên thứ ba không liên quan hoặc bằng tiền mặt hoặc các quỹ khác không thể theo dõi không có lý do cụ thể
 - Khi tham gia vào các giao dịch yêu cầu có sự tham gia mạnh mẽ của chính phủ (như giao dịch bất động sản hoặc đảm bảo), viên chức được đề cập đến yêu cầu chỉ giao dịch qua chuyên gia
- Ngay cả khi thực hiện khoản đóng góp từ thiện cho tổ chức tư nhân, nếu lãnh đạo tổ chức được coi là (tương đương) viên chức nhà nước hoặc khoản đóng góp được thực hiện theo yêu cầu của viên chức chính phủ, trong những tình huống nhất định đây cũng có thể coi là hành vi hối lộ

QUAN TÂM

đến cộng đồng

62 Bảo vệ môi trường
65 Kinh doanh quốc tế có trách nhiệm

Một phần quan trọng trong thành công của Công ty xuất phát từ những người hàng xóm tốt bụng của chúng ta. Cộng đồng mà chúng ta sinh sống và làm việc cung cấp cho chúng ta nhân viên, môi trường nuôi dưỡng và cả sự tôn trọng, đó chính là những yếu tố cốt lõi mang lại thành công cho chúng ta. Đổi lại, chúng ta sẽ tiếp tục hoạt động như một người hàng xóm tốt bụng với tư cách là tập đoàn vững mạnh. Chúng ta cam kết luôn sẵn sàng đáp ứng kỳ vọng của cộng đồng và tích cực xây dựng cũng như hoàn thành các mục tiêu và tiêu chuẩn nhằm nâng cao cuộc sống cộng đồng.



VIỄN CẢNH

Một trong các hãng xử lý chất thải dài hạn của Công ty đã tiếp cận bạn và giới thiệu đề xuất mở rộng thỏa thuận kinh doanh của bạn. Trong khi dịch vụ ngày càng đắt đỏ thì giá cả họ đưa ra lại phải chăng đến khó tin. Tuy nhiên, bạn biết rằng giao dịch này sẽ là công cụ tiết kiệm chi phí lớn, thậm chí nếu có điều gì đáng ngờ xảy ra thì sẽ là hãng đó chứ không phải Công ty đang thực hiện việc gì sai trái. Vì vậy, bạn cần nhắc giao dịch đó.

Làm cách nào để tạo dựng giá trị phù hợp?

BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG

Công ty đã thể hiện cam kết bảo vệ môi trường nhất quán. Chúng ta nhận thức rõ rằng một vấn đề đơn lẻ hôm nay có thể có tác động lâu dài và trên phạm vi rộng đối với cộng đồng địa phương trong tương lai. Sự quan tâm của chúng ta đối với cộng đồng và môi trường tự nhiên buộc chúng ta phải suy ngẫm thận trọng về vấn đề bảo vệ môi trường. Công ty cam kết hành động có trách nhiệm đối với cách thức hoạt động tác động đến môi trường và để giúp đảm bảo rằng dây chuyền cung ứng của chúng ta cũng có trách nhiệm tương tự.

TIÊU CHUẨN CỦA CHÚNG TA



Quản lý toàn bộ hoạt động của Công ty theo cách thức thể hiện được cam kết của chúng ta đối với việc bảo vệ môi trường, đặc biệt có tính đến hoạt động sản xuất và sản phẩm của các nhà cung cấp thuộc công ty chúng ta.

KIỆN THỨC CẦN BIẾT

Công ty cam kết mạnh mẽ đối với việc bảo vệ môi trường, bao gồm các sáng kiến về Kiểu dáng sinh thái, Nhãn sinh thái, Chương trình xanh và Đánh giá vòng đời. Hàng năm, Công ty đưa ra báo cáo phát triển các sáng kiến môi trường dựa trên mục tiêu của công ty trong Báo cáo về Tính bền vững.

Trách nhiệm của chúng ta đối với môi trường phải được đánh giá theo Tiêu chuẩn toàn cầu của công ty, ngay cả khi quy định của địa phương không đáp ứng được mức độ cam kết của chúng ta. Quy định về môi trường liên tục phát triển và thiệt hại môi trường cũng đã diễn ra trong một thời gian rất dài. Điều này có nghĩa là ngay cả khi tác động môi trường được thừa nhận về mặt pháp lý trong thời đại ngày nay nhưng cuối cùng tác động đó cũng sẽ bị các tiêu chuẩn nghiêm ngặt hơn nhiều của tương lai phán xét.

Để tìm hiểu thêm về cam kết mạnh mẽ của chúng ta đối với môi trường, tham khảo :

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

PHẢN HỒI

Quản lý chi phí là điều quan trọng hơn lợi ích trước mắt. Trách nhiệm bảo vệ môi trường của chúng ta mở rộng xuyên suốt dây chuyền cung ứng và đối với các cộng đồng địa phương nhằm đảm bảo hoạt động kinh doanh của chúng ta về mặt tổng thể không tác động bất lợi đến họ. Đây là lý do tại sao chúng ta phải quan tâm đến những thỏa thuận hoặc hoạt động đáng ngờ của các đối tác có thể gây hại cho Công ty và cổ đông của chúng ta trong thời gian dài.





PHƯƠNG PHÁP PHÙ HỢP

- Nêu rõ với người quản lý của bạn về bất kỳ mối quan tâm đến môi trường nào có liên quan đến mọi khía cạnh phát triển sản phẩm mà bạn tham gia.
- Nếu bạn quản lý những hoạt động có tác động đến môi trường, hãy thực hiện theo các chương trình và thủ tục của Công ty để:
 - Xây dựng các mục tiêu hợp lý nhằm làm giảm tác động của hoạt động đối với môi trường.
 - Giám sát và kiểm tra tiến độ đạt được những mục tiêu này, ví dụ như thông qua đánh giá dữ liệu hiệu quả hoạt động môi trường.
- Theo dõi thay đổi trong quy định về môi trường của địa phương. Đảm bảo rằng những thay đổi này được truyền đạt nhanh chóng đến nhân viên ESH thích hợp sao cho Công ty có đủ thời gian để thực hiện thay đổi đối với sản phẩm và hoạt động của mình.
- Không để hoạt động mới hoặc những thay đổi đối với hoạt động hiện tại của Công ty đi trạch hương so với mục tiêu của Công ty về bảo vệ môi trường.
- Không coi nhẹ các hoạt động đáng ngờ của nhà cung cấp, nhà thầu hoặc thậm chí là đối tác kênh chỉ vì họ không thuộc công ty. Thông báo cho người quản lý của bạn hoặc nhân viên ESH của Công ty biết nếu hoạt động của đối tác kinh doanh làm việc cho Công ty vi phạm các yêu cầu điều hành hoặc yêu cầu pháp lý về môi trường.

NHẬN THỨC

- Toàn bộ các khía cạnh về kiểu dáng sản phẩm, cung ứng nguyên liệu thô, sản xuất, tiếp thị, phân phối và thải loại đều tác động đến việc bảo vệ môi trường. Ngay cả khi công việc của bạn không liên quan trực tiếp đến những hoạt động này thì cũng nên cân nhắc xem công việc của bạn có ảnh hưởng đến bất kỳ hoạt động nào trong số đó hay không và ảnh hưởng đến trách nhiệm của Công ty đối với môi trường như thế nào.
- Giữ vững nhận thức về sự tuân thủ bảo vệ môi trường của các đối tác kinh doanh. Trong khi đối tác được chứng nhận là thân thiện với sinh thái, Công ty vẫn nên cân nhắc giám sát các hoạt động kinh doanh hoặc sản phẩm mà đối tác phân phối cho chúng ta để đảm bảo rằng đối tác duy trì được chứng nhận đó.



VIỄN CẢNH

Phòng của bạn nhập rất nhiều sản phẩm công nghệ cao nhưng rõ ràng không thuộc hạng mục phân loại thông thường. Bạn luôn đề trình ý kiến của mình về cách phân loại các sản phẩm này lên cơ quan hải quan của chính phủ. Tuy nhiên, thông thường thì cơ quan hải quan phải mất vài tuần mới có phản hồi. Thời gian này sẽ làm chậm hàng nhập khẩu của nhóm làm việc của bạn. Dù thế nào đi nữa, cơ quan hải quan cũng thường chấp nhận ý kiến của bạn, do đó bạn cần nhắc xem có nên đợi vài tuần để có được sự phê chuẩn của họ trước khi hoàn tất tài liệu nhập khẩu cho sản phẩm hay không.

Làm cách nào để tạo dựng giá trị phù hợp?



KINH DOANH QUỐC TẾ CÓ TRÁCH NHIỆM

Là một công ty toàn cầu, các hoạt động kinh doanh quốc tế của chúng ta không chỉ ảnh hưởng đến khách hàng mà còn ảnh hưởng đến cộng đồng trên khắp thế giới ở những nơi chúng ta tiến hành hoạt động kinh doanh của mình. Hiểu rõ và thực hiện theo các quy định của địa phương về bảo vệ quyền lợi quốc tế và an ninh quốc gia là một cách thể hiện sự quan tâm đối với những cộng đồng đã ủng hộ hoạt động kinh doanh của chúng ta ở bất kỳ nơi đâu chúng ta làm việc.



TIÊU CHUẨN CỦA CHÚNG TA

Nếu công việc của bạn đòi hỏi phải chuyển bất kỳ tài liệu hoặc sản phẩm nào giữa các quốc gia, hãy tìm hiểu rõ về yêu cầu nhập khẩu, xuất khẩu, lệnh cấm vận hoặc tẩy chay của các quốc gia mà bạn giao dịch cùng. Ngoài ra, cũng cần biết mọi hạn chế cụ thể trong việc đưa thiết bị nhạy cảm ra khỏi một quốc gia hoặc truyền thông tin nhạy cảm cho bất kỳ ai không phải là công dân của quốc gia đó.

KIẾN THỨC CẦN BIẾT

Những nhân viên làm việc liên quan chặt chẽ đến hàng xuất khẩu hoặc nhập khẩu đặc biệt cần biết và hiểu rõ yêu cầu kinh doanh, chính sách và thủ tục khác của Công ty để đảm bảo tuân thủ luật thương mại quốc tế.

Kiểm soát thương mại bao gồm những điều sau:

- Hàng nhập khẩu có liên quan đến tính chính xác của tài liệu, nhãn quốc gia xuất xứ, phân loại sản phẩm và công bố giá trị (thậm chí đối với những mặt hàng không có giá trị tiền mặt như các bộ phận sản phẩm hoặc công nghệ không bán chạy trên thị trường).
- Hàng xuất khẩu buộc phải có sự phê chuẩn để chuyển hàng đến một quốc gia khác. Kiểm soát xuất khẩu có thể bao gồm quá trình chuyển dữ liệu kỹ thuật hoặc phần mềm công nghệ ra khỏi một quốc gia, ví dụ như phần mềm trên máy tính xách tay và thậm chí là cả việc chia sẻ kiến thức và công nghệ nhạy cảm nhất định với một nhân viên không phải là công dân của quốc gia đó. Công ty có một vài công nghệ chiến lược phải tuân theo hạn chế xuất khẩu.
- Lệnh cấm vận hoặc tẩy chay áp dụng hạn chế thương mại đối với một số quốc gia, công ty hoặc cá nhân.

PHẢN HỒI

Việc sử dụng phân loại hải quan không được thừa nhận có khả năng sẽ vi phạm yêu cầu điều chỉnh. Nếu điều này xảy ra, quá trình nhập khẩu có thể bị đình chỉ chứ không đơn thuần là bị chậm trễ. Hơn nữa, những sự kiện này sẽ làm cho thanh tra hải quan tăng cường giám sát đối với Công ty, khiến công ty gặp khó khăn hơn khi chuyển sản phẩm thông qua hải quan trong tương lai. Lưu tâm đến sự chậm trễ do tính bất định điều chỉnh là một ví dụ về cam kết của chúng ta trong việc quan tâm đến cộng đồng. Phát triển thủ tục hoạt động nhập khẩu có dự tính tiến độ một vài tuần sẽ là cách tốt nhất thể hiện cam kết này.



PHƯƠNG PHÁP PHÙ HỢP



- Cùng người quản lý của bạn hoặc nhân viên hỗ trợ kinh doanh quốc tế thích hợp kiểm tra nếu bạn không chắc chắn về độ chính xác của tài liệu hoặc sổ sách ghi chép xuất khẩu hoặc tài liệu nhập khẩu.
- Không nên chỉ nghe lời khách hàng về tính chính xác của tài liệu xuất/nhập khẩu đã hoàn thiện. Công ty có thể sẽ chịu trách nhiệm pháp lý cho bất kỳ tuyên bố nào không chính xác.
- Năm rõ đích đến dự định và đích đến cuối cùng của toàn bộ các tài liệu được xác định cho xuất khẩu.
- Đừng bao giờ cung cấp dữ liệu thuộc độc quyền sở hữu hoặc dữ liệu kỹ thuật nhạy cảm cho người không phải là công dân của nước bạn, trừ khi bạn chắc chắn rằng người này được phép nhận dữ liệu đó.

NHẬN THỨC

- Hãy cảnh giác với tài liệu xuất khẩu hoặc nhập khẩu lỗi thời, chưa hoàn chỉnh, không chính xác hoặc được hoàn thiện sơ sài. Những thực trạng này có thể đưa đến các hình phạt, bao gồm ngăn cấm hoặc hạn chế quyền xuất - nhập khẩu. Vấn đề này có thể gây tổn hại nghiêm trọng đến khả năng thực hiện kinh doanh của Công ty. Vì vậy, cách tốt nhất là kiểm tra tài liệu cẩn thận để Công ty không phải chịu thiệt hại đáng kể do các hình phạt hoặc hạn chế.
- Theo dõi nỗ lực của các cá nhân ở quốc gia khác khi họ mua sản phẩm của Công ty thông qua các kênh không hợp pháp ở quốc gia họ.
- Cảnh giác với những cá nhân dường như không sẵn lòng cung cấp thông tin chính xác, hoàn chỉnh và đúng thời gian về khối lượng hàng xuất khẩu hoặc nhập khẩu. Mặc dù tình huống này có thể vô hại nhưng nó cũng có thể gợi ra nỗ lực nhằm đánh lừa Công ty hoặc những người điều hành.

SIÊU LỢI NHUẬN

cho cổ đông

70	Bảo mật thông tin
73	Bảo vệ tài sản trí tuệ của công ty
76	Giao tiếp điện tử hợp lý
79	Lưu trữ tài liệu cẩn thận
82	Xử lý có trách nhiệm thông tin nội bộ
85	Công bố cẩn thận các thông tin ra công chúng

Giá trị dành cho bên hưởng lợi của chúng ta là kết quả thành công của quá trình phục vụ và giành được niềm tin từ khách hàng và cổ đông của chúng ta. Chúng ta có thể cung cấp lợi nhuận tài chính to lớn cho khách hàng của mình khi tiếp tục phục vụ khách hàng nhằm nâng cao thành công lâu dài của Công ty. Để thực hiện được việc này, chúng ta phải có trách nhiệm tôn trọng và bảo vệ tài sản của công ty mà cổ đông đã tin tưởng giao phó, đồng thời cung cấp cho cổ đông thông tin họ cần để đưa ra quyết định đầu tư có hiểu biết. Sự tôn trọng, tính chính trực và dịch vụ cung cấp cho khách hàng là cách chúng ta tạo ra nguồn đầu tư cho Công ty mà các cổ đông rất tự hào.



VIỄN CẢNH

Công ty đã thuê một hãng CNTT bên ngoài để xây dựng cơ sở dữ liệu nghiên cứu cho các phòng thí nghiệm. Việc này sẽ có hiệu quả hơn rất nhiều cho cả Công ty và những người phát triển nếu họ có thể truy cập hoàn toàn vào dữ liệu nghiên cứu hiện có từ văn phòng riêng của mình trong suốt dự án. Chỉ có một số người bên ngoài làm việc trong dự án đó, vì vậy bạn nghĩ rằng nếu có thỏa thuận bảo mật với từng người sẽ hoàn toàn bảo vệ được Công ty.

Làm cách nào để tạo dựng giá trị phù hợp?

BẢO MẬT THÔNG TIN

Thông tin bí mật của công ty đóng một vai trò quan trọng trong cách phục vụ khách hàng có hiệu quả và cách làm việc với các đối tác kinh doanh của chúng ta. Chúng ta duy trì lợi thế cạnh tranh của mình bằng cách giữ một số thông tin bí mật và độc quyền, đồng thời bảo vệ thông tin này khỏi các mối đe dọa bảo mật. Ngăn chặn tiết lộ không mong muốn là điều thiết yếu để nâng cao tính hiệu lực của thông tin này. Nếu bạn có quyền truy cập vào thông tin bí mật hoặc thông tin nhạy cảm khác của Công ty, hãy thực hiện các bước để sử dụng và bảo vệ thông tin đúng cách. Những hành động này sẽ giúp bảo vệ tài sản có giá trị của Công ty và giúp Công ty giữ vững vị thế cạnh tranh.

TIÊU CHUẨN CỦA CHÚNG TA



Hiểu rõ và thực hiện theo các chính sách của Công ty về sử dụng, chia sẻ và bảo vệ thông tin bí mật và thông tin thuộc độc quyền sở hữu của Công ty. Chịu trách nhiệm cá nhân đối với việc duy trì bảo mật thông tin và ngăn chặn tiết lộ trái phép thông tin bí mật của Công ty mà bạn nắm giữ.

KIẾN THỨC CẦN BIẾT

Điều quan trọng là bạn phải hiểu rõ và thực hiện theo Chính sách bảo mật thông tin của công ty, bảo vệ tài sản thông tin bí mật và có giá trị khác để không bị tiết lộ trái phép và tránh được các mối đe dọa bên ngoài. Những chính sách này bao gồm:

- Các biện pháp pháp lý và bảo mật nhân sự để bảo vệ thông tin bí mật không bị tiết lộ trái phép bởi nhân viên hiện tại hoặc nhân viên cũ và các đối tác kinh doanh của công ty.
- Bảo mật tài liệu.
- An ninh vật lý để kiểm soát truy cập trái phép vào các thiết bị và kiểm soát sử dụng phương tiện lưu trữ điện tử.
- An toàn máy tính và an ninh mạng để bảo vệ Công ty khỏi các mối đe dọa an ninh bên ngoài.

Thông tin bí mật của công ty không giới hạn ở tài liệu được đánh dấu là “Bí mật”. Thông tin bí mật bao gồm toàn bộ thông tin của Công ty cần được kiểm soát nhằm bảo vệ lợi ích quản lý của chúng ta. Công ty sử dụng cách thức sau đây để phân loại thông tin công ty:

- Bí mật – Thông tin quản lý hoặc thông tin công nghệ chủ chốt sẽ gây thiệt hại nghiêm trọng cho Công ty nếu bị tiết lộ. Thông tin thuộc loại ‘Bí mật’ không thể được chia sẻ cho bất kỳ nhân viên hoặc người ngoài nào không phải là người nắm giữ đầu tiên, ngoại trừ trường hợp theo thủ tục phê chuẩn nghiêm ngặt.
- Chỉ sử dụng nội bộ – **Toàn bộ các sản phẩm chúng ta tạo ra trong hoạt động kinh doanh hàng ngày chủ yếu được phân loại là ‘Chỉ sử dụng nội bộ’.** Điều này có nghĩa là thông tin và tài liệu chúng ta tạo ra trong quá trình làm việc có thể được chia sẻ với đồng nghiệp dựa trên cơ sở ‘kiến thức cần biết’, nhưng không được tiết lộ cho người khác bên ngoài Công ty mà không có sự phê chuẩn và các biện pháp bảo vệ pháp lý.



PHẢN HỒI

Vì tổ chức khác dễ dàng truy cập vào thông tin của Công ty, do đó thỏa thuận bảo mật sẽ là bước an toàn đầu tiên. Tuy nhiên, bạn cũng nên xem xét độ nhạy của thông tin mà tổ chức khác đó truy cập vào. Một số thông tin của Công ty nhạy cảm đến mức khó có thể phục hồi thiệt hại do sự tiết lộ không đúng đắn đó, bất chấp chúng ta có sử dụng biện pháp pháp lý để giải quyết các sự việc này hay không. Đây là lý do tại sao việc nhận thức các quy tắc bảo mật thông tin của Công ty lại là điều quan trọng đến vậy. Nếu bạn có câu hỏi, hãy trao đổi với người quản lý của mình về các vấn đề quan trọng này.



PHƯƠNG PHÁP PHÙ HỢP

- Thực hiện thủ tục bảo mật thông tin của Công ty để chia sẻ thông tin với người khác. Quá trình này bao gồm việc đạt được phê chuẩn thích hợp và thực hiện thỏa thuận bảo mật với người nhận.
- Khi gửi thông tin bí mật cho người bên ngoài qua email, hãy “đồng gửi” (cc) cho người đã phê chuẩn quá trình chuyển thông tin này, ví dụ như người quản lý của bạn hoặc trưởng dự án.
- Duy trì bảo mật mức vật lý cho các thiết bị của công ty, đặc biệt khi bạn tiếp đón khách đến nơi làm việc của Công ty. Ngoài ra, thực hiện các quy tắc của Công ty về việc sử dụng phương tiện lưu trữ và thiết bị ghi âm bên trong các toà nhà của Công ty.
- Bảo vệ máy tính làm việc của bạn khỏi sự xâm nhập. Luôn duy trì thông số cài đặt và phần mềm bảo mật hệ thống quy định và giữ chúng được cập nhật.
- Không để lộ thông tin bí mật của Công ty hoặc ở những nơi người khác có thể dễ dàng truy cập vào, ví dụ như trên bàn hoặc trong ngăn hồ sơ không có chốt khóa của bạn.
- Không mang tài liệu làm việc về nhà hoặc gửi vào tài khoản lưu trữ Internet hoặc email không phải của Công ty mà không thực hiện theo thủ tục của Công ty quy định việc này.
- Không thảo luận thông tin bí mật hoặc thông tin nhạy cảm khác của Công ty với bạn bè hoặc người quen.
- Không thảo luận thông tin bí mật về công việc của bạn khi tham gia ứng tuyển một vị trí trong một công ty khác, cả khi bạn đang làm việc hoặc thậm chí sau khi thôi việc.

NHẬN THỨC

- Cân nhắc cẩn thận về loại thông tin của Công ty mà bạn chia sẻ với đối tác kinh doanh. Ngay cả khi bạn đã có thỏa thuận bảo mật, hãy cân nhắc hậu quả tiềm ẩn khi tiết lộ và thận trọng về độ nhạy của thông tin được chia sẻ.
- Hiểu rõ độ nhạy thông tin của Công ty bạn làm việc, đồng thời xử lý và lưu trữ thích hợp. Cất giữ cẩn thận mọi thứ không phải là thông tin chung.
- Thậm chí doanh số và hoạt động quảng cáo cũng có thể đẩy Công ty đến nguy cơ mất lợi thế cạnh tranh đáng giá nếu thông tin này được đăng sớm. Thực hiện theo các nguyên tắc tiếp thị và hiểu rõ những điều bạn được phép diễn đạt trong các hoạt động quảng cáo.

Xem thêm:

- “**Bảo vệ dữ liệu và thông tin cá nhân**” trên trang 21.
- “**Sử dụng hợp lý thông tin của người khác**” trên trang 41.
- xem thêm “**Bảo vệ tài sản trí tuệ của công ty**” trên trang 69.



VIỄN CẢNH

Sau nhiều năm nghiên cứu, cuối cùng Công ty cũng chuẩn bị cách mạng hóa ngành công nghiệp bằng kiểu dáng sản phẩm thực sự mang tính đổi mới. Công ty đã nộp đơn xin đăng ký bản quyền kiểu dáng ở một số nước chủ chốt. Chẳng bao lâu nữa một trong các đối thủ của chúng ta cũng sẽ tung ra sản phẩm tương tự. Để chiến đấu với mối đe dọa này, bạn phải cân nhắc xem Công ty có nên tung ra sản phẩm mới ở những quốc gia khác trước khi hoàn tất đăng ký bản quyền kiểu dáng ở đó hay không.

Làm cách nào để tạo dựng giá trị phù hợp?



BẢO VỆ TÀI SẢN TRÍ TUỆ CỦA CÔNG TY

Tài sản trí tuệ của Công ty – thể hiện trong kiểu dáng sản phẩm, công nghệ và thông tin – quan trọng đối với thành công của Công ty. Chúng ta chỉ có thể phục vụ tốt khách hàng trong thời gian dài khi bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ của Công ty đã cung cấp cho chúng ta khả năng cạnh tranh trong các sản phẩm mang tính đổi mới. Chỉ khi chúng ta sử dụng thận trọng thiết kế và tác phẩm có bản quyền của người khác thì cũng có nghĩa là chúng ta đang bảo vệ và sử dụng tài sản trí tuệ của Công ty cẩn thận.



TIÊU CHUẨN CỦA CHÚNG TA

Bảo vệ tài sản trí tuệ của Công ty khỏi việc sử dụng không hợp lý và đặc biệt bảo vệ bí mật kinh doanh để không bị tiết lộ sai trái dưới bất kỳ hình thức nào.

KIẾN THỨC CẦN BIẾT

Tài sản trí tuệ bao gồm:

- Thiết kế, công nghệ, phát minh, thông tin và các tài liệu khác được bảo vệ bằng các bằng sáng chế, bằng sáng chế thiết kế, thương hiệu và bản quyền.
- Bí mật kinh doanh, ví dụ như kiểu dáng sản phẩm và công nghệ, đưa ra lợi thế cạnh tranh cho Công ty khi giữ lại bí mật. Không bao giờ được tiết lộ bí mật kinh doanh trong nội bộ hoặc với bên ngoài mà không có sự cho phép rõ ràng.

PHƯƠNG PHÁP PHÙ HỢP

- Hiểu rõ những khái niệm được coi là tài sản trí tuệ của Công ty và giúp bảo vệ tài sản đó bằng cách sử dụng bằng sáng chế, thương hiệu và bản quyền. (tham khảo **Patent Operations Management Principles**)
- Tìm kiếm tư vấn và báo cáo với người quản lý của bạn hoặc nhân viên Sở hữu trí tuệ phù hợp để phát triển các khái niệm, thiết kế hoặc công nghệ mới có khả năng sẽ được bảo vệ như tài sản trí tuệ.
- **Không bao giờ** tiết lộ bất kỳ thông tin bí mật nào có thể được coi là bí mật kinh doanh mà không có sự cho phép thích đáng của Công ty và các biện pháp đầy đủ theo hợp đồng để tránh người khác có thể khai thác thông tin này.



PHẢN HỒI

Bạn nên biết rằng ở những quốc gia chúng ta chưa lấy được đăng ký, người khác **có thể** sao chép thiết kế của chúng ta. Mặc dù chắc chắn muốn nhanh chóng đưa sản phẩm đổi mới vào thị trường, chúng ta cũng cần bảo vệ thiết kế và các tài sản trí tuệ khác của mình khỏi bị lạm dụng. Đây là quyết định kinh doanh chủ chốt và bạn nên đưa ra những tình huống kiểu này với ban quản lý cấp cao.

NHẬN THỨC



- Nhà cung cấp hoặc đối tác kinh doanh khác có thể cung cấp cho Công ty các bản thiết kế, công nghệ, kết quả nghiên cứu hoặc các thông tin khác có khả năng sẽ được bảo vệ như tài sản trí tuệ. Hãy đặt ra câu hỏi về tài liệu này và xác định trước người sở hữu hoặc người sẽ có quyền sở hữu tài liệu đó. Trong một số trường hợp, chúng ta có thể không muốn chấp nhận thông tin đó nếu chúng ta đang sử dụng tài sản trí tuệ tương tự và việc chấp nhận thông tin này có thể gây tổn hại đến nỗ lực riêng của chúng ta.
- Theo dõi xem một cá nhân hoặc công ty khác đang sử dụng tài sản trí tuệ của Công ty ở đâu mà không có sự cho phép hoặc ghi nhận thích hợp.



VIỄN CẢNH

Một đồng nghiệp là bạn của bạn đã chuyển đến một nhóm khác trong thời gian gần đây. Bạn và người đó tiếp tục liên lạc với nhau qua email về cả vấn đề kinh doanh và vấn đề cá nhân. Bạn thấy rằng đó là người biết lắng nghe và chia sẻ những than phiền của bạn về công việc với đối tác kênh nhất định mà cô ấy từng quản lý.

Làm cách nào để tạo dựng giá trị phù hợp?

GIAO TIẾP ĐIỆN TỬ HỢP LÝ

Một số thiết bị công nghệ đẩy mạnh tốc độ giao tiếp và quy trình kinh doanh, cho phép chúng ta thực hiện tiến độ nhanh hơn và phản hồi tốt hơn đối với nhu cầu của khách hàng và nhu cầu của người khác. Máy tính, hệ thống giao tiếp và các thiết bị điện tử khác có thể liên kết tốt hơn các hoạt động của chúng ta trên toàn thế giới và qua nhiều múi giờ, đồng thời tiết kiệm nỗ lực của chúng ta đối với các nhà cung cấp và đối tác kênh. Khi bị sử dụng không đúng cách, những thiết bị tương tự này cũng có thể đẩy hoạt động của chúng ta rơi vào rủi ro và gây hại cho danh tiếng của công ty. Vì những công nghệ này liên tục cải tiến nhanh chóng, chúng ta cần tận dụng tốt hơn lợi ích của công nghệ trong khi quản lý được rủi ro của chúng. Ngoài ra, chúng ta cũng cần tôn trọng người khác khi sử dụng các thiết bị này.

TIÊU CHUẨN CỦA CHÚNG TA



Luôn sử dụng hệ thống giao tiếp điện tử của Công ty một cách hợp lý, thông thường giới hạn sử dụng những hệ thống này cho các mục đích kinh doanh và bảo vệ những thiết bị này khỏi việc truy cập hoặc sử dụng không thích hợp.

KIẾN THỨC CẦN BIẾT

Giao tiếp điện tử, trong số các thành phần khác, bao gồm:

- Giao tiếp bằng điện thoại cố định và di động do Công ty cung cấp.
- Gửi email bằng tài khoản email của Công ty.
- Sử dụng dịch vụ tin nhắn tức thời, SMS hoặc MMS do Công ty tài trợ.
- Sử dụng hệ thống thông tin của Công ty như phần cứng máy tính và các thiết bị ngoại vi, phần mềm và thiết bị mạng.

Công ty có quyền sử dụng hoặc kiểm tra việc sử dụng thiết bị điện tử như các phương tiện liên lạc và dữ liệu được lưu trữ trên các thiết bị đó. Quyền này tính đến cả những dữ liệu không phải là dữ liệu kinh doanh. Công ty cũng có thể sử dụng dữ liệu trong các hệ thống này theo quyết định của mình, kể cả việc tiết lộ dữ liệu cho người khác hoặc xóa dữ liệu này. **Bạn không nên hi vọng có sự riêng tư khi sử dụng các thiết bị này của Công ty, thậm chí là dùng để giao tiếp cá nhân.**



PHẢN HỒI

Nhiều nhân viên vừa là đồng nghiệp vừa là bạn bè. Mặc dù thiết bị điện tử của Công ty chủ yếu là dành cho hoạt động kinh doanh của Công ty nhưng việc sử dụng cá nhân ở mức độ tối thiểu cũng có thể chấp nhận được. Tuy nhiên, hãy ghi nhớ nguy cơ của việc sử dụng các thiết bị này. Thông tin giao tiếp với đồng nghiệp có thể dễ dàng được gửi đến những người không dự định trước và khi đã gửi đi thì không thể xóa được. Sử dụng tài nguyên thiết bị điện tử của Công ty với mục đích cá nhân phải là tối thiểu, không bao giờ gây trở ngại cho hoạt động kinh doanh của Công ty và không bao gồm nội dung không phù hợp.



PHƯƠNG PHÁP PHÙ HỢP

- Giới hạn sử dụng thiết bị điện tử của Công ty cho mục đích kinh doanh. Sử dụng tối thiểu các thiết bị này cho mục đích cá nhân ngẫu nhiên và không gây cản trở cho hoạt động công việc của bạn.
- Sử dụng thiết bị của Công ty chuyên nghiệp và cẩn thận trong quá trình giao tiếp, ngay cả khi giao tiếp với bạn bè trong Công ty. Luôn cân nhắc xem giao tiếp điện tử có thể dễ dàng được khôi phục lại và chuyển tiếp đến các bên thứ ba không liên quan hay không.
- Khi gửi email hoặc các giao tiếp khác dựa trên văn bản, hãy đọc qua nội dung của bạn trước khi gửi đi. Tránh đưa chính mình và Công ty vào tình thế khó khăn do lỗi hiệu đính đơn giản hoặc do cụm từ có thể diễn đạt không đúng cách.
- Không sử dụng thiết bị của công ty để truy cập hoặc tải dữ liệu:
 - Do người khác sở hữu mà bạn không có quyền truy cập hoặc tải về.
 - Có thể được coi là mang tính phân biệt đối xử, quấy rối, công kích hoặc thù hằn.
 - Có thể bao gồm nội dung độc hại như vi rút gây hại cho hệ thống thông tin.
- Không bao giờ sử dụng thiết bị của Công ty để gửi thông tin không phù hợp thuộc các vấn đề sinh lý, phân biệt đối xử rõ ràng hoặc chứa nội dung mang tính thù hằn khác.
- Không sử dụng bừa bãi tính năng “đồng gửi” (cc) trong email. Điều quan trọng là phải đảm bảo thêm người khác vào trong liên lạc trước khi bạn sao chép địa chỉ của họ vào một email. Sử dụng bài kiểm tra “kiến thức cần biết” trước khi thêm người khác vào trường cc.

NHẬN THỨC

- Toàn bộ giao tiếp được sử dụng trên các thiết bị điện tử của Công ty đều là tài sản của Công ty và phải được quản lý như thông tin bí mật của Công ty trừ khi quyền sở hữu thông tin đó được chỉ định rõ ràng (ví dụ như kiểu dáng sản phẩm của nhà cung cấp).



VIỄN CẢNH

Bạn nhận được “Thông báo duy trì tài liệu” từ nhân viên phụ trách pháp lý của Công ty có liên quan đến một số kiện cáo ở Hoa Kỳ mà bạn không nắm rõ. Giai đoạn lưu giữ tài liệu được chỉ thị này đã hết hạn vào tháng trước và bản gốc đã bị hủy. Tuy nhiên, bạn vẫn giữ riêng một bản sao. Bạn băn khoăn không biết có nên hủy bản sao đó theo chính sách lưu giữ tài liệu của Công ty hay thực hiện theo Thông báo duy trì tài liệu.

Làm cách nào để tạo dựng giá trị phù hợp?



LƯU TRỮ TÀI LIỆU CẨN THẬN

Hồ sơ công ty cung cấp thông tin quan trọng về hoạt động của chúng ta. Những hồ sơ này cho phép chúng ta đánh giá mục tiêu và chiến lược, xác định các nguồn lực và dự liệu kết quả, giúp chúng ta cải thiện cách thức phục vụ và làm việc với toàn bộ các cổ đông. Chúng ta chủ yếu dựa vào tính chính xác và nguyên vẹn của hồ sơ để đưa ra quyết định. Vì vậy, chúng ta buộc phải sử dụng và duy trì cẩn thận các nguồn thiết yếu này của Công ty.



TIÊU CHUẨN CỦA CHÚNG TA

Thực hiện theo chính sách và thủ tục của Công ty để phát triển, duy trì và hủy Hồ sơ công ty.

KIẾN THỨC CẦN BIẾT

Hồ sơ công ty theo nghĩa rộng được hiểu là thông tin hoặc phương tiện dẫn chứng bằng tài liệu mọi khía cạnh về hoạt động kinh doanh của Công ty. Ví dụ, hồ sơ sẽ bao gồm:

- Tài liệu chúng ta dùng để giao tiếp và đưa ra các quyết định kinh doanh như báo cáo, tài liệu phê chuẩn và thư tín.
- Tài liệu liên quan đến giao dịch với các bên khác, như biên nhận, hóa đơn và hợp đồng.
- Hồ sơ số liệu thực tế hoặc sự kiện như nhật ký, kết quả kiểm tra và báo cáo.
- Phương tiện khác chúng ta sử dụng để lưu giữ thông tin về hoạt động kinh doanh của Công ty.

Có nhiều trường hợp luật pháp và quy định yêu cầu Công ty duy trì chính xác một số tài liệu nhất định cho một giai đoạn nhất định.



PHẢN HỒI

Trong trường hợp này, Thông báo duy trì tài liệu sẽ được ưu tiên. Không ai buộc phải hủy Hồ sơ công ty theo trình tự duy trì pháp lý và Công ty sẽ đình chỉ toàn bộ thủ tục hủy tài liệu đối với những hồ sơ liên quan. Bước này cực kỳ quan trọng để chứng tỏ cho các cơ quan pháp lý biết cam kết của Công ty khi hợp tác với họ. Vì nguy cơ phải chịu hình phạt pháp lý do không thực hiện theo trình tự như vậy nên bước này cũng là bước bảo vệ danh tiếng và tài sản tài chính của Công ty.



PHƯƠNG PHÁP PHÙ HỢP

- Tuân thủ mọi luật lệ, quy định và chính sách của Công ty về lưu trữ và quản lý hồ sơ. Ví dụ, quy định về môi trường ở một số quốc gia yêu cầu chúng ta phải giữ lại hồ sơ giao dịch và cung cấp nhật ký hoạt động thuê chuyên gia bên ngoài xử lý chất thải trong một số năm nhất định.
- Khi vòng đời của hồ sơ được hoàn tất, hãy đảm bảo hủy mọi bản sao vật lý của hồ sơ mà bạn nắm giữ và xóa mọi bản sao điện tử có trong máy tính làm việc của bạn.
- Không bao giờ được thay đổi, xóa hoặc hủy bất kỳ hồ sơ có thể áp dụng nào ở những nơi thủ tục hủy hồ sơ đã bị đình chỉ do trình tự luật định hoặc do yêu cầu điều chỉnh. Cùng nhân viên phụ trách pháp lý của bạn kiểm tra nếu bạn không chắc chắn.
- Đừng quên chuyển hồ sơ công việc trước đó của bạn cho người thay thế khi bạn thay đổi nhiệm vụ công việc.

NHẬN THỨC

- Nắm rõ thông báo duy trì tài liệu mà nhân viên phụ trách pháp lý của Công ty có thể phát hành bất cứ lúc nào. Trong nhiều trường hợp, các vụ kiện cáo thường xoay quanh sự tồn tại của hồ sơ. Do đó, tuân thủ những thông báo này là điều tối quan trọng để giúp ngăn chặn tổn thất về mặt pháp lý.

KIẾN THỨC CẦN BIẾT VỀ KÝ KẾT HỢP ĐỒNG

Cách thức chúng ta ký kết hợp đồng với các đối tác kênh, đại lý, nhà cung cấp và đối tác kinh doanh khác là một phần quan trọng trong việc phát triển các mối quan hệ vững mạnh giúp chúng ta phục vụ khách hàng. Tuân theo thủ tục ký kết hợp đồng của Công ty là điều quan trọng để đảm bảo chúng ta thiết lập được các mối quan hệ thuận lợi với đối tác và quản lý được hồ sơ về quyền và nghĩa vụ đúng đắn. Nếu bạn là người chịu trách nhiệm xây dựng thỏa thuận bất kỳ với đối tác kinh doanh:

- Đảm bảo rằng hợp đồng bằng văn bản có các điều khoản về quan hệ kinh doanh.
- Đảm bảo rằng nhân viên phụ trách pháp lý đánh giá và phê chuẩn hợp đồng đó.
- Đăng ký và lưu bản hợp đồng cuối cùng, đã ký vào hồ sơ theo thủ tục ký kết hợp đồng của Công ty.



VIỄN CẢNH

Một đồng nghiệp cho bạn biết rằng cô ấy đã nghe Ban giám đốc công ty tóm tắt về sáng kiến chủ đạo có khả năng tác động mạnh mẽ đến lợi nhuận của Công ty trong tương lai. Vì bạn không nghe được thông tin này từ chính Ban giám đốc, bạn không biết liệu câu chuyện này có đúng hay không. Và bạn nghĩ đến việc trao đổi thông tin đó với một đồng nghiệp khác để xác minh tính chính xác.

Làm cách nào để tạo dựng giá trị phù hợp?

XỬ LÝ CÓ TRÁCH NHIỆM THÔNG TIN NỘI BỘ

Một số thông tin kinh doanh nhạy cảm có vai trò chủ chốt trong thành công của chúng ta. Cổ đông tin tưởng giao phó cho chúng ta bảo vệ đầy đủ thông tin nhạy cảm này của Công ty. Sử dụng sai thông tin nội bộ vì lợi ích cá nhân hoặc tiết lộ thông tin này với người khác có thể gây thiệt hại nghiêm trọng đến sự tin tưởng này và gây tổn hại đến danh tiếng liên chính của Công ty hoặc của cá nhân. Sử dụng sai thông tin nội bộ của các công ty khác cũng có thể đưa chúng ta và Công ty rơi vào tình trạng nguy hiểm.

TIÊU CHUẨN CỦA CHÚNG TA



Bảo vệ cẩn thận mọi thông tin nội bộ thuộc về Công ty, khách hàng hoặc đối tác kinh doanh. Không kinh doanh chứng khoán của Công ty dựa trên thông tin này và không cung cấp thông tin cho người khác mà không có sự cho phép.

KIẾN THỨC CẦN BIẾT

Thông tin nội bộ là bất kỳ thông tin bí mật nào đủ quan trọng để, nếu bị công bố ra công chúng, có thể ảnh hưởng đến giá chứng khoán của Công ty. Thông tin này có thể bao gồm, ví dụ:

- Kết quả hoạt động hoặc kết quả tài chính hoặc xu hướng trong những kết quả này.
- Quyết định và các sự kiện kinh doanh chủ chốt như xây dựng thỏa thuận kinh doanh trên phạm vi lớn với đối tác mới hoặc để mất người mua chính.
- Thông tin sáp nhập, mua lại, liên doanh hoặc liên minh kinh doanh khác đang chờ xử lý.
- Tiền vốn tăng, giảm và các thay đổi quan trọng khác đối với cơ cấu tài chính của Công ty.



PHẢN HỒI

Trước tiên, bạn không nên thảo luận vấn đề này với bất kỳ người nào khác vì thông tin quan trọng như vậy có khả năng là thông tin nhạy cảm và bí mật – hoặc là thông tin nội bộ. Ngoài ra, bạn nên thông báo cho đồng nghiệp có cùng tình huống với mình để cảnh giác với những gì cô ấy lặp lại với người khác vì toàn bộ nhân viên đều có nghĩa vụ bảo vệ thông tin này không bị tiết lộ. Nếu thông tin nội bộ bị tiết lộ cho người khác và họ sử dụng không đúng cách thì có thể gây hại cho danh tiếng của Công ty và bất kỳ nhân viên nào đã chia sẻ thông tin đó sẽ phải chịu các hình phạt nặng.



PHƯƠNG PHÁP PHÙ HỢP

- Bảo vệ mọi thông tin nội bộ thuộc về Công ty hoặc đối tác kinh doanh khỏi bị tiết lộ trái phép. Báo cáo mọi tiết lộ trái phép về thông tin này với cố vấn pháp lý.
- Không mua hoặc bán chứng khoán của một công ty nếu bạn có thông tin nội bộ về công ty đó.
- Không cung cấp thông tin cho những người khác có thể sử dụng thông tin đó làm cơ sở để kinh doanh chứng khoán của công ty liên quan.

NHẬN THỨC

- Đôi khi, Công ty cần chia sẻ kết quả hoạt động và thông tin quan trọng khác của mình với nhân viên. Cần nhắc xem đây có phải là thông tin nội bộ. Nếu phải, không tiết lộ thông tin này với người khác bên ngoài Công ty trừ khi bạn chắc chắn Công ty đã công bố thông tin này ra công chúng.



VIỄN CẢNH

Một người bạn là phóng viên tin tức đề nghị bạn “tiết lộ hồ sơ” để xác nhận tin đồn về tình trạng tài chính của Công ty. Bạn không làm việc trong bộ phận tài chính và không biết về tình hình tài chính thực tế của Công ty. Bạn thoải mái cho biết rằng bạn nghe được tin đồn tương tự nhưng đó chỉ là tin đồn mà thôi.

Làm cách nào để tạo dựng giá trị phù hợp?



CÔNG BỐ CẨN THẬN CÁC THÔNG TIN RA CÔNG CHÚNG

Tiết lộ thông tin của Công ty đúng cách có thể phục vụ lợi ích kinh doanh của chúng ta và khẳng định được thành công tuyệt vời về Công ty chúng ta. Những thông tin được tiết lộ này có thể giúp khách hàng và công chúng đánh giá cao những việc chúng ta làm cho họ và cho toàn bộ cổ đông của chúng ta. Tiết lộ thông tin ra công chúng đúng cách cũng có thể giúp Công ty thu hút và khuyến khích đầu tư của cổ đông. Ngoài ra, Công ty có nghĩa vụ pháp lý công bố thông tin ra công chúng và cam kết cung cấp thông tin cho thị trường trong những sự kiện quan trọng có thể ảnh hưởng đến giá cổ phiếu của Công ty.



TIÊU CHUẨN CỦA CHÚNG TA

Hiểu rõ rằng thông tin quan trọng về hoạt động kinh doanh và tình trạng tài chính của chúng ta phải được giữ bí mật đối với tất cả người ngoài cho đến khi được tiết lộ ra công chúng.

PHƯƠNG PHÁP PHÙ HỢP

- Hiểu rõ và thực hiện theo tiêu chuẩn bảo mật thông tin của Công ty. Chỉ thảo luận thông tin quan trọng trong các cuộc họp quản lý và các cuộc thảo luận quản trị cấp cao bí mật khác trừ khi Công ty đã tiết lộ thông tin này ra công chúng.
- Thông báo cho người điều hành, phóng viên, luật sư bên ngoài bất kỳ có yêu cầu thông tin liên quan đến hoạt động của Công ty mà chúng ta muốn trợ giúp và sẽ liên hệ với đúng người để trợ giúp.
- Không thảo luận với phóng viên tin tức, cho dù có hay không có thẩm quyền mà không xin hướng dẫn từ Bộ phận quan hệ công chúng của Công ty trước tiên.
- Không tỏ ra bạn đang đại diện cho Công ty nếu đưa ra quan điểm cá nhân, ví dụ như tại một cuộc họp kinh doanh hoặc trong một buổi thảo luận trên Internet.



PHẢN HỒI

Những tin đồn vô căn cứ, quá thường xuyên sẽ trở thành ‘thực tế được chấp nhận’ – trong suy nghĩ của nhân viên và thậm chí là cả trong báo chí. Công ty cố gắng truyền đạt thông tin thích hợp và chính xác về hoạt động của mình để đáp ứng các yêu cầu pháp lý nhất định và giữ vững sự tin nhiệm của cổ đông. Vì vậy, điều quan trọng là cho phép Công ty truyền đạt thông tin này theo quy trình đã thiết lập và không để nhân viên truyền bá những tin đồn có thể không đúng sự thật.

NHẬN THỨC



Cảnh giác trong những tình huống sau, hoặc bất kỳ tình huống nào, nếu bị tiết lộ, có thể ảnh hưởng nghiêm trọng đến hoạt động của Công ty hoặc có thể làm thay đổi đáng kể giá cổ phiếu của công ty. Nếu một trong những tình huống này xảy ra, hãy thông báo với người quản lý của bạn để Công ty có thể xác định xem có nên tiết lộ thông tin ra công chúng khi Công ty:

- Trải qua quá trình sáp nhập, mua lại hoặc tước bỏ.
- Đầu tư vốn lớn, như mở rộng các cơ sở sản xuất.
- Góp vốn đáng kể vào công ty khác hoặc chuyển nhượng cổ phiếu thường của công ty.
- Đối mặt với vụ kiện cực kỳ nghiêm trọng, khởi tố tập thể về chứng khoán hoặc tranh chấp quyền quản lý.
- Đã bị trừng phạt với số tiền phạt lớn hoặc hình phạt nghiêm khắc.
- Phải thu hồi hoặc loại bỏ sản phẩm trên phạm vi lớn.
- Thực hiện mua lại hoặc chuyển nhượng tài sản hữu hình trên phạm vi lớn, ví dụ: nhà máy hoặc thiết bị.

Để tìm hiểu thêm về các sự kiện và tình huống yêu cầu công bố công khai, tham khảo **Public Disclosure Operations Principles**.

