

BỘ QUY TẮC ĐẠO ĐỨC KINH DOANH
Dành cho cá nhân và tổ chức bán hàng trực tiếp thuộc Hội Doanh nghiệp Bán hàng
Trực tiếp của Amcham Việt Nam

Lời nói đầu

Hội Doanh nghiệp Bán hàng Trực tiếp trực thuộc Hiệp Hội Thương Mại Hoa Kỳ tại Việt Nam (AmCham Việt Nam) mong muốn thiết lập Bộ Quy tắc Đạo đức dành cho các cá nhân và tổ chức bán hàng trực tiếp tại Việt Nam nhằm mục đích: 1) Khuyến khích các thông lệ kinh doanh chuẩn mực, 2) thể hiện nỗ lực và quyết tâm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, và 3) thúc đẩy việc tự nguyện tuân thủ.

Các Quy tắc Đạo Đức dưới đây quy định một khuôn khổ về:

- Quy tắc đạo đức đối với Người tiêu dùng
- Quy tắc đạo đức với Đại diện bán hàng trực tiếp
- Quy tắc đạo đức giữa các Công ty bán hàng trực tiếp
- Hiệu lực Thi hành

I. TỔNG QUÁT

1.1 Phạm vi

Bốn quy tắc được thể hiện ở đây nhằm mục đích hỗ trợ và bảo vệ người tiêu dùng, đẩy mạnh sự cạnh tranh lành mạnh và thiết lập những tiêu chuẩn chung trong phạm vi khuôn khổ của kinh doanh tự do và nâng cao hình ảnh Bán hàng Trực tiếp trên thị trường. Bộ Quy tắc này được thiết kế phù hợp với Bộ Quy tắc Đạo đức Kinh doanh Quốc tế về Bán hàng Trực tiếp do Liên đoàn các Hiệp hội Bán hàng Trực tiếp Thế giới (WFDSA) ban hành.

1.2 Giải thích từ ngữ: Các thuật ngữ được sử dụng trong Bộ Quy tắc này có nghĩa như sau:

Hội Doanh nghiệp Bán hàng Trực tiếp trực thuộc AmCham Vietnam (AVDSC): Được thành lập từ năm 2010, bao gồm tất cả các Thành viên Amcham đang thực hiện hoạt động bán hàng trực tiếp tại Việt Nam.

Giám sát viên về tuân thủ: là cá nhân hoặc tổ chức độc lập được bổ nhiệm bởi AVDSC để giám sát việc tuân thủ Bộ Quy tắc của từng thành viên và để giải quyết khiếu nại có liên quan theo Bộ Quy tắc này.

Công ty: là pháp nhân tổ chức bán hàng trực tiếp để đưa sản phẩm của họ ra thị trường, và là thành viên của AVDSC.

Người tiêu dùng: là bất kỳ cá nhân mua và sử dụng Sản Phẩm của Đại diện Bán Hàng Trực Tiếp hoặc Công ty.

Đại Diện Bán Hàng Trực Tiếp: là cá nhân mua và/hoặc bán Sản phẩm của Công ty và có thể tuyển dụng người khác vào mạng lưới bán hàng trực tiếp của mình. Đại Diện Bán Hàng Trực Tiếp bán sản phẩm trực tiếp cho Người Tiêu Dùng trên thị trường mà không phải là địa điểm cố định, điểm bán lẻ cố định của Công ty hoặc của Đại Diện Bán Hàng Trực Tiếp, và thông thường thông qua việc giải thích và thuyết trình về sản phẩm và dịch vụ.

Sản phẩm: là hàng hóa hữu hình

Tuyển dụng: là bất kỳ hoạt động nào được thực hiện nhằm mục đích hỗ trợ một cá nhân nào đó trở thành Đại diện Bán hàng Trực tiếp.

1.3 Công Ty

Các Công ty ký kết Bộ Quy tắc Đạo Đức Kinh doanh này cam kết thừa nhận, thực thi Bộ Quy tắc này và các điều khoản của nó như là điều kiện để gia nhập và tiếp tục là thành viên của AVDSC. Các Công ty phải công khai hóa Bộ Quy tắc này và các điều khoản của nó, bởi lẽ các điều khoản này được áp dụng cho Công ty,

Người tiêu dùng và Đại diện Bán hàng Trực tiếp, cũng như các thông tin hướng dẫn Người tiêu dùng và Đại diện Bán hàng Trực tiếp làm cách nào đó để có được Bộ Quy tắc này.

1.4 Đại diện Bán hàng Trực tiếp:

Đại diện Bán hàng Trực tiếp không chịu sự ràng buộc trực tiếp của Bộ Quy tắc này, nhưng, để trở thành thành viên trong một hệ thống bán hàng trực tiếp của Công ty, họ sẽ phải tuân thủ các quy định của Công ty nơi họ gia nhập để từ đó, tuân thủ các quy chuẩn của Bộ Quy tắc này.

1.5 Tự Qui Định

Bộ Quy tắc Đạo Đức Kinh Doanh này không phải là văn bản quy phạm pháp luật. Tuy nhiên, Bộ Quy tắc này quy định một chuẩn mực đạo đức về nguyên tắc hành xử thích hợp từ Công Ty và Đại Diện Bán Hàng Trực Tiếp. Bộ Quy tắc này phù hợp với các quy định của pháp luật. Việc không tuân thủ Bộ Quy tắc Đạo Đức Kinh Doanh này sẽ không tạo ra bất kỳ trách nhiệm pháp lý nào. Khi chấm dứt mối quan hệ thành viên với AVDSC, Công ty không còn chịu sự ràng buộc của Bộ Quy tắc này. Tuy nhiên, các quy định của Bộ Quy tắc này vẫn có hiệu lực áp dụng cho các sự kiện hoặc giao dịch phát sinh trong khoảng thời gian Công ty là thành viên của AVDSC.

1.6 Quy định pháp luật hiện hành

Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp phải tuân thủ toàn bộ các quy định hiện hành của pháp luật Việt Nam. Do vậy, Bộ Quy tắc này sẽ không quy định lại tất cả các nghĩa vụ pháp lý; việc tuân thủ pháp luật về hoạt động bán hàng trực tiếp của Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp được xem là sự chấp thuận hoặc tuân thủ Bộ Quy tắc này qua việc các thành viên tham gia cùng ký kết.

II. QUY TẮC ĐẠO ĐỨC ĐỐI VỚI NGƯỜI TIÊU DÙNG

2.1 Các hành vi nghiêm cấm

Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp không được thực hiện các hành vi kinh doanh không lành mạnh, lừa dối hoặc gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng.

2.2 Nhận xét

Khi tiếp thị để bán hàng, Đại diện Bán hàng Trực tiếp phải tự giới thiệu về mình, nơi họ làm việc, sản phẩm bán hàng và mục đích việc tiếp thị bán hàng của họ một cách trung thực với khách hàng tiềm năng mà không cần phải được yêu cầu.

2.3 Giải thích và thuyết minh

Đại diện Bán hàng Trực tiếp phải giải thích và thuyết trình một cách chính xác và toàn bộ các thông tin về Sản phẩm cho Khách hàng của mình như giá cả, phương thức thanh toán trả chậm (nếu có), phương thức thanh toán, chính sách đổi trả hàng, bảo hành, hậu mãi và thời gian giao hàng. Đại diện Bán hàng Trực tiếp phải trả lời một cách chính xác và đầy đủ mọi thắc mắc từ Người tiêu dùng. Đối với các quảng cáo về chức năng, công dụng của sản phẩm, Đại diện Bán hàng Trực tiếp phải quảng cáo bằng lời nói hoặc văn bản chỉ khi được Công ty cho phép.

2.4 Giải đáp thắc mắc

Đại diện Bán hàng Trực tiếp phải giải đáp mọi thắc mắc từ Khách hàng về sản phẩm và phương thức bán hàng một cách chính xác và dễ hiểu. Đại diện Bán hàng Trực tiếp chỉ được thực hiện bằng lời nói các cam kết về sản phẩm khi được sự cho phép của Công ty.

2.5 Tài liệu

Tài liệu hỗ trợ bán hàng, tài liệu quảng cáo và thư tín không được thể hiện các thông tin mang tính lừa dối hay gây nhầm lẫn như mô tả về sản phẩm, chức năng, công dụng, hình ảnh hoặc các minh họa về sản phẩm. Tài liệu hỗ trợ bán hàng nêu rõ tên, địa chỉ và số điện thoại liên lạc của Công ty và số điện thoại của Đại diện Bán hàng Trực tiếp.

2.6 Tài liệu xác nhận

Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp dưới bất kỳ hình thức nào, không được sử dụng bất kỳ tài liệu xác nhận hoặc chứng thực không được phép sử dụng hay sai sự thật, hết hiệu lực hoặc không còn áp dụng nhằm gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng.

2.7 So sánh và chỉ trích

Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp không được sử dụng việc so sánh có thể gây nhầm lẫn. Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp không được chỉ trích bất kỳ một các trực tiếp hay gián tiếp bất kỳ Công ty nào, hoạt động kinh doanh hay sản phẩm khác. Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp sẽ không lợi dụng một cách không đúng đắn sự tín nhiệm đối với thương hiệu, nhãn hiệu, hình ảnh của Công ty, hoạt động kinh doanh hay sản phẩm của Công ty đó.

2.8 Đổi trả hàng

Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp phải đảm bảo rằng đơn đặt hàng hoặc tài liệu tương ứng khác thể hiện điều khoản đổi trả hàng trong khoản thời gian nhất định, theo quy định pháp luật, dành cho khách hàng và hoàn trả lại cho khách hàng khoản tiền hoặc các lợi ích đã nhận từ khách hàng.

2.9 Dịch vụ bảo hành và hậu mãi

Các điều khoản đảm bảo về việc bảo hành, chi tiết và giới hạn của dịch vụ hậu mãi, tên và địa chỉ của nhà bảo hành, thời gian bảo hành và hoạt động sửa chữa dành cho người mua hàng phải được thể hiện rõ trong đơn đặt hàng hoặc trong các tài liệu đi kèm hoặc tài liệu khác được phân phát cùng với sản phẩm.

2.10 Tôn trọng sự riêng tư

Đại diện Bán hàng Trực tiếp chỉ được liên lạc hoặc điện thoại cho Người tiêu dùng với cách ứng xử hợp lý và trong thời gian thích hợp nhằm tránh việc xâm phạm sự riêng tư của Người tiêu dùng. Đại diện Bán hàng Trực tiếp phải ngay lập tức chấm dứt việc tiếp thị, bán hàng khi được yêu cầu bởi Người tiêu dùng. Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp phải thực hiện các bước cần thiết đảm bảo việc bảo toàn các thông tin cá nhân do Người tiêu dùng, khách hàng tiềm năng hoặc Đại diện Bán hàng Trực tiếp cung cấp.

2.11 Sự công bằng

Đại diện Bán hàng Trực tiếp phải lưu ý đến việc thiếu kinh nghiệm của Người tiêu dùng và không được lợi dụng lòng tin của người tiêu dùng hoặc khai thác các thông tin về tuổi tác, bệnh tật cũng như việc yếu kém, hạn chế về vấn đề ngôn ngữ của người tiêu dùng.

2.12 Trung gian bán hàng

Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp không được thuyết phục khách hàng mua hàng của mình dựa trên việc khách hàng đó có thể được giảm giá hoặc chiết khấu bằng cách giới thiệu khách hàng tiềm năng khác cho Đại diện Bán hàng Trực tiếp để mua hàng hóa tương tự.

2.13 Giao hàng

Các Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp phải giao hàng cho khách hàng đúng thời hạn.

III. QUY TẮC ĐẠO ĐỨC CHO ĐẠI DIỆN BÁN HÀNG TRỰC TIẾP

3.1 Việc tuân thủ của Đại diện Bán hàng Trực tiếp

Công ty phải yêu cầu Đại diện Bán hàng Trực tiếp của mình tuân thủ các chuẩn mực của Bộ Quy tắc Đạo Đức Kinh Doanh này. Đây là điều kiện để Đại diện Bán hàng Trực tiếp tham gia vào mạng lưới bán hàng của Công ty.

3.2 Tuyển dụng

Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp không được thực hiện các hành vi tuyển dụng không lành mạnh, lừa dối hoặc gây nhầm lẫn gây ảnh hưởng đến Đại diện Bán hàng Trực tiếp hiện hữu hoặc tiềm năng.

3.3 Thông tin kinh doanh

Công ty cung cấp cho Đại diện Bán hàng Trực tiếp hiện hữu hoặc tiềm năng các thông tin đầy đủ và chính xác về cơ hội nghề nghiệp, các quyền và nghĩa vụ. Công ty không được cung cấp bất kỳ thông tin không thể thẩm định hoặc sự hứa hẹn không thể thực hiện được cho Đại diện Bán hàng Trực tiếp tiềm năng của mình. Công ty không được thông tin về những thiệt hại trong cơ hội bán hàng để tuyển dụng với mục đích lừa dối.

3.4 Thưởng và thù lao

Công ty phải thông tin cho Đại diện Bán hàng Trực tiếp dưới hình thức là bản in hoặc qua mạng internet, các khoản tiền định kỳ dành cho Đại diện Bán hàng khi bán hàng, mua hàng và chi tiết của các khoản thu nhập, hoa hồng, tiền thưởng, chiết khấu, giao hàng, hủy đơn hàng và các thông tin có liên quan khác theo thỏa thuận giữa Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp. Tất cả các khoản tiền này sẽ được thanh toán hoặc giữ lại theo nguyên tắc ứng xử thương mại thích hợp.

3.5 Thu nhập

Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp không được làm sai lệch thông tin về các khoản thu nhập thực tế hoặc tiềm năng dành cho Đại diện Bán hàng Trực tiếp. Tất cả các khoản thu nhập hoặc quy tắc bán hàng phải được thông tin bằng văn bản.

3.6 Quan hệ

Công ty phải giao kết hợp đồng bằng văn bản với Đại diện Bán hàng Trực tiếp và được ký kết bởi hai bên hoặc sẵn bản tương tự khác bao gồm toàn bộ các thông tin cần thiết về mối quan hệ giữa Đại diện Bán hàng Trực tiếp và Công ty. Công ty phải thông báo cho Đại diện Bán hàng Trực tiếp của họ các trách nhiệm pháp lý, bao gồm cả các nghĩa vụ về giấy phép, đăng ký và về thuế với cơ quan có thẩm quyền.

3.7 Chi phí

Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp không được yêu cầu Đại diện Bán hàng Trực tiếp tiềm năng trả những khoản chi phí cao và bất hợp lý như phí gia nhập, phí đào tạo, phí hoạt động, phí mua các tài liệu quảng cáo và các loại phí khác chỉ nhằm mục đích gia nhập vào hệ thống bán hàng trực tiếp của Công ty. Tất cả các khoản chi phí để trở thành Đại diện Bán hàng Trực tiếp phải liên quan trực tiếp đến giá trị tài liệu được sử dụng để bán hàng hóa.

Ngoài ra, tất cả các khoản chi phí do Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp thu phải tuân thủ các quy định của pháp luật Việt Nam được thay đổi theo từng thời kỳ.

3.8 Chấm dứt hợp đồng

Nếu được Đại diện Bán hàng Trực tiếp yêu cầu chấm dứt hợp đồng với Công ty, Công ty phải mua lại hàng hóa tồn đọng của Đại diện Bán hàng Trực tiếp khi hàng hóa này trong tình trạng có thể bán lại được bao gồm cả tài liệu khuyến mại, tài liệu hỗ trợ bán hàng, dụng cụ bán hàng, đồng thời hoàn trả lại toàn bộ số tiềm mà Đại diện Bán hàng Trực tiếp đã trả cho Công ty trước đó sau khi đã trừ chi phí quản lý lên đến 10%.

3.9 Lưu trữ hàng hóa

Công ty không được yêu cầu hay khuyến khích Đại diện Bán hàng của mình lưu trữ hàng hóa với số lượng lớn không hợp lý. Công ty phải thực hiện các bước cần thiết nhằm đảm bảo rằng Đại diện Bán hàng khi nhận thù lao cho doanh thu tuyến dưới của mình có thể tiêu thụ hoặc bán lại hàng hóa để đạt chỉ tiêu để nhận tiền thù lao.

3.10 Hàng hóa khác

Công ty phải nghiêm cấm Đại diện Bán hàng Trực tiếp thực hiện việc tiếp thị hoặc yêu cầu tuyến dưới của mình mua bất kỳ các tài liệu, hàng hóa khác không phù hợp với các chính sách và quy định của Công ty.

3.11 Đào tạo và huấn luyện

Công ty phải đào tạo và huấn luyện cho Đại diện Bán hàng của mình để họ thực hiện việc bán hàng một cách thích hợp. Việc đào tạo có thể được thực hiện qua các buổi huấn luyện, các tài liệu, hướng dẫn bằng bản in hay đào tạo trên mạng, băng hình.

IV. CHUẨN MỰC GIỮA CÁC CÔNG TY

4.1 Nguyên tắc

Công ty phải ứng xử với nhau trên tinh thần cạnh tranh lành mạnh.

4.2 Lôi kéo

Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp không được lôi kéo hoặc chiêu dụ mạng lưới bán hàng của Công ty khác.

4.3 Gièm pha

Công ty không được gièm pha và cho phép Đại diện Bán hàng của mình gièm pha hàng hóa của Công ty khác, chương trình bán hàng và kế hoạch tiếp thị hay bất kỳ nguyên tắc nào của công ty khác.

V. HIỆU LỰC THI HÀNH

5.1 Trách nhiệm của Công ty

Trách nhiệm cơ bản dành cho Công ty là tuân thủ việc thực hiện Bộ Quy tắc này. Trong trường hợp có bất kỳ sự vi phạm nào, Công ty sẽ phải có những hành động cần thiết giải quyết các khiếu nại phát sinh.

5.2 Trách nhiệm của Hội Doanh nghiệp Bán hàng Trực tiếp trực thuộc AmCham Việt Nam

Là tổ chức được thành lập theo quy định của pháp luật Việt Nam, các thành viên tham gia và Hội Doanh nghiệp Bán Hàng Trực Tiếp trực thuộc AmCham phải đảm bảo việc bổ nhiệm một cá nhân làm đại diện chịu trách nhiệm giải quyết các khiếu nại phát sinh.

5.3 Giám sát viên về tuân thủ

AVDSC phải bổ nhiệm một cá nhân hoặc tổ chức độc lập làm Nhà Quản Lý Bộ Quy tắc này. Giám sát viên sẽ là cá nhân hoặc tổ chức độc lập để giám sát việc tuân thủ Bộ Quy tắc này bằng việc thực hiện một số hành vi thích hợp và đồng thời chịu trách nhiệm giải quyết các khiếu nại phát sinh cũng như đề ra quy trình giải quyết khiếu nại. Giám sát viên phải xử lý các khiếu nại chưa được giải quyết của khách hàng do việc vi phạm Bộ Quy tắc này.

5.4 Biện pháp khắc phục

Giám sát viên được quyền yêu cầu các Công ty thành viên phải hủy đơn hàng, hoàn trả sản phẩm đã mua hoặc trả tiền, hay các hành vi thích hợp khác bao gồm việc cảnh cáo bán hàng trực tiếp của mình, thanh lý hợp đồng với đại diện bán hàng và chấm dứt quan hệ khác giữa Công ty và Đại diện bán hàng.

5.5 Giải quyết khiếu nại

AVDSC, các Công ty thành viên và nhà quản lý phải thiết lập, công bố và thực hiện quy trình giải quyết khiếu nại nhằm đảm bảo toàn bộ các khiếu nại được giải quyết nhanh chóng. Công ty cũng phải thiết lập, công bố và thực hiện các quy trình giải quyết khiếu nại nội bộ của mình nhằm nhanh chóng giải quyết các khiếu nại này.

5.6 Khiếu nại của Công ty

Các khiếu nại của Công ty về Công ty khác sẽ được giải quyết bởi giám sát viên hoặc trọng tài độc lập.

5.7 Công bố

Tất cả Công ty được yêu cầu công bố Bộ Quy tắc Đạo Đức Kinh Doanh này cho Đại Diện bán hàng và Người tiêu dùng của họ.