

КОДЕКС ЭТИКИ АССОЦИАЦИИ ПРЯМЫХ ПРОДАЖ КАЗАХСТАНА

(Кодекс этики)

ПРЕАМБУЛА

Настоящий Кодекс этики регулирует отношения между:

- а) Компаниями и их потенциальными и действующими Независимыми партнерами, и Потребителями Продукции Компаний;
- б) Компаниями в процессе их деятельности на рынке прямых продаж;
- в) Индивидуальными заявителями, Администратором Кодекса этики и Компаниями.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

Кодекс этики регламентирует вопросы обеспечения добросовестной конкуренции, удовлетворения нужд Потребителей и их защиты, формирования у общественности положительного имиджа Компаний, занятых в сфере прямых продаж, как о торговле, осуществляющей продажу качественной продукции на справедливых условиях непосредственно конечному потребителю, и содержит следующие разделы:

- [«Этика при взаимодействии с Потребителями»;](#)
- [«Этика при взаимодействии Компаний с Независимыми партнерами»;](#)
- [«Этика при взаимодействии между Компаниями»;](#)
- [«Обеспечение соблюдения Кодекса этики».](#)

1.2 ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТЕРМИНОВ

Термины, которые используются в настоящем Кодексе этики, имеют нижеследующие значения:

АППК – Ассоциация прямых продаж Казахстана или Ассоциация;

АПП – любая локальная Ассоциация прямых продаж, являющаяся действующим членом WFDSA;

WFDSA – Всемирная федерация ассоциаций прямых продаж – некоммерческое объединение локальных ассоциаций прямых продаж.

Кодекс этики Ассоциации прямых продаж Казахстана – свод правил, регулирующих отношения с Потребителями, Независимыми партнерами, между Независимыми партнерами и между Компаниями, утвержденный АППК и обязательный для ее участников (в дальнейшем именуемый Кодекс этики).

Индивидуальные заявители – физические лица, обращающиеся к Компаниям, Администратору Кодекса этики и АППК с предложениями, вопросами, жалобами, претензиями.

Страна регистрации - страна регистрации головного офиса Компании.

Администратор кодекса этики - независимое физическое или юридическое лицо, назначаемое АППК для контроля над соблюдением Компаниями настоящего Кодекса и урегулирования возможных разногласий в соответствии с положениями настоящего Кодекса.

Компания – это коммерческая организация, осуществляющая реализацию продукции со своим товарным знаком, знаком обслуживания или с иными обозначениями посредством прямых продаж, являющаяся членом АППК.

Потребитель – лицо, приобретающее Продукцию у Независимого партнера или Компании для личного потребления.

Независимый партнер – индивидуальный предприниматель или физическое, либо юридическое лицо, наделенное правом приобретения и/или продажи Продукции, которому может быть предоставлено право привлекать других лиц в качестве Независимых партнеров. Преимущественно Независимый партнер продает или иным образом распространяет Продукцию Потребителю в местах, удаленных от постоянных, стационарных точек розничной торговли, посредством объяснения или демонстрации Продукции.

Независимый партнер осуществляет свою деятельность в качестве независимого предпринимателя и не является работником и/или агентом Компаний. Допускается полная и частичная занятость Независимого партнера на других предприятиях и ведение бизнеса, не связанного с деятельностью Компаний.

Бланк заказа – документ, подтверждающий факт приобретения Потребителем Продукции Компании, существующий в бумажной и/или электронной форме, доступной для скачивания.

Продукция – потребительские товары и услуги, как материальные, так и нематериальные.

Привлечение – деятельность, направленная на привлечение лиц как в качестве Потребителя, так и в качестве Независимого партнера.

Продукция, пригодная для дальнейшей реализации должна соответствовать совокупности следующих качеств:

не была в употреблении, сохранен товарный вид, потребительские свойства, пломбы, ярлыки, а также есть документ, подтверждающий факт приобретения.

Выгоды и преимущества – льготные условия и бонусы, действующие в Компании.

Вспомогательные торговые средства – это Продукция, помогающая дальнейшему продвижению Продукции Компании.

1.3 КОМПАНИИ

Каждая Компания обязуется как минимум принять и соблюдать настоящий Кодекс этики в качестве условия для вступления и сохранения статуса участника АППК. Каждая Компания обязуется популяризировать настоящий Кодекс этики, его положения, касающиеся Потребителей и Независимых партнеров, и распространять информацию о том, где Потребители и Независимые партнеры могут получить экземпляр данного Кодекса этики либо ознакомиться с ним.

1.4 НЕЗАВИСИМЫЕ ПАРТНЕРЫ

Кодекс этики не возлагает на Независимых партнеров прямых обязательств. Однако Компании должны требовать от Независимых партнеров соблюдения положений настоящего Кодекса этики, соответствующих ему, в качестве условия членства Независимых партнеров в системах распространения Продукции Компаний.

1.5 САМОРЕГУЛИРОВАНИЕ

Кодекс этики не является нормативно-правовым актом, но является основанием для соблюдения Компаниями и Независимыми Партнерами норм, соответствующих или превышающих требования действующего законодательства Республики Казахстан.

Несоблюдение Кодекса этики не влечет за собой возникновения гражданско-правовых последствий.

Положения Кодекса этики распространяются на деятельность Компаний в течение всего периода их членства в АППК. Прекращение участия в Ассоциации влечет за собой прекращение обязательств для Компании, предусмотренных настоящим Кодексом этики.

1.6 ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО

Компании и Независимые партнеры осуществляют свою деятельность в соответствии с положениями законодательства Республики Казахстан, в связи с чем положения настоящего Кодекса этики не затрагивают все обязательства, подлежащие соблюдению Компаниями и Независимыми партнерами. Соблюдение всех положений Кодекса этики Компаниями и Независимыми партнерами является обязательным условием для принятия Компании в члены АППК и дальнейшего сохранения этого статуса.

1.7 МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРИНЦИПЫ

В качестве условия для принятия и дальнейшего сохранения статуса члена АППК Компании, осуществляющие деятельность в сфере прямых продаж, обязаны соблюдать Кодекс этики WFDSA, за исключением стран, где Компания является членом локальной АПП.

Если на Компанию, осуществляющую деятельность в сфере прямых продаж, но не являющуюся членом АППК, поступает жалоба, то она может быть урегулирована через страну регистрации головного офиса данной Компании, если в этой стране она является членом локальной АПП. В противном случае урегулирование спора осуществляется через любую другую страну, где данная Компания является участником локальной АПП. При этом Компания прямых продаж несет обоснованные, документально подтвержденные расходы, возникающие при урегулировании жалобы у Администратора Кодекса этики.

Для урегулирования жалобы применяются в порядке приоритета:

- а) стандарты Кодекса этики в стране, в которой подана жалоба;
- б) стандарты Кодекса этики в стране регистрации головного офиса данной Компании прямых продаж;
- в) стандарты Кодекса этики WFDSA.

2. ЭТИКА ПРИ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ

2.1 НЕДОПУСТИМЫЕ ДЕЙСТВИЯ

Независимые партнеры не должны применять вводящие в заблуждение, обманные или нечестные методы продажи.

2.2 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ

При демонстрации Продукции Потребителю Независимый партнер, не дожидаясь специальных запросов, должен представиться, сообщить корректные и актуальные сведения о себе, о Компании, о продукции, которую он предлагает, и указать цель своего обращения к Потребителю.

2.3 ОПИСАНИЕ И ДЕМОНСТРАЦИЯ

Описание и демонстрация предлагаемой Продукции должны быть точными и полными в отношении:

- а) цены;
- б) условий оплаты;
- в) условий продажи Продукции в рассрочку (если таковая предоставляется);
- г) условий доставки Продукции;
- д) периода и политики возврата Продукции;
- е) условий предоставления гарантий и послепродажного обслуживания.

2.4 ОФОРМЛЕНИЕ ЗАКАЗА

Письменное оформление заказа Потребителем осуществляется в электронной форме или на бумажном носителе до или в момент совершения купли-продажи продукции.

При оформлении заказа указывается:

- а) полное наименование Компании и наименование Независимого партнера и/или его ФИО;
- б) юридический и/или фактический адрес Компании и Независимого партнера;
- в) детали совершаемой сделки купли-продажи, либо ссылка на источник информации.

Дополнительно при оформлении Заказа и/или в иной сопутствующей документации, предоставляемой вместе с продукцией, указываются условия гарантии на Продукцию (при наличии), содержащие:

- а) подробную информацию и ограничения, связанные с послепродажным обслуживанием;
- б) наименование и адрес организации, предоставляющей гарантию;
- в) срок гарантии и условия устранения недостатков, предлагаемые Потребителю.

Текст должен быть четким и разборчивым.

2.5 ЛИТЕРАТУРА

Информационные буклеты (каталоги), рекламные материалы и сообщения не должны содержать описания продукции, заявлений, фотографий или иллюстраций, вводящих в заблуждение или носящих недостоверный характер.

В информационных буклетах (каталогах), рекламных материалах должны быть указаны следующие данные:

- а) наименование и адрес, и/или телефон, и/или адрес интернет-сайта Компании;
- б) допускается указание наименования и/или ФИО, и/или адреса, и/или телефона Независимого партнера.

2.6 СВЕДЕНИЯ

Компании и Независимые партнеры не вправе использовать недостоверные, неактуальные, устаревшие, утратившие силу или не имеющие отношения к предложению Компаний, вводящие в заблуждение Потребителя сведения.

Независимый партнер не делает никаких заявлений в отношении продукции, кроме санкционированных соответствующей Компанией.

2.7 СРАВНЕНИЕ И КЛЕВЕТА

Компании и Независимые партнеры должны воздержаться от:

- а) использования сравнений, несовместимых с принципами добросовестной конкуренции, вводящих в заблуждение Потребителя;
- б) недобросовестного использования имени или репутации, фирменного наименования и товарного знака другой Компании или же Продукции.

Критерии сравнения должны быть основаны на документально подтвержденных фактах.

2.8 ПРАВО НА ОТКАЗ И ВОЗВРАТ ПРОДУКЦИИ

Вне зависимости от требований законодательства Республики Казахстан Компании и Независимые партнеры должны предоставлять Потребителю право на отказ от Заказа, возврат и возмещение стоимости уже доставленной продукции, пригодной для дальнейшей продажи как новой.

Информация о возможности возврата продукции должна быть четко обозначена и применяться в равной степени к продажам, осуществляемым как способом прямых продаж, так и дистанционно (т.е. по телефону, почте или онлайн-заказом).

Ограничение или освобождение от обязанности обеспечивать возврат продукции допускаются только в случаях, предусмотренных законодательством Республики Казахстан.

2.9 УВАЖЕНИЕ ЧАСТНОЙ ЖИЗНИ

Осуществление профессиональных контактов между Независимыми партнерами и Потребителями любым способом происходит в уважительной форме, в приемлемые часы и не должно быть навязчивым.

Независимый партнер обязан прекратить демонстрацию или презентацию Продукции по требованию Потребителя.

Независимый партнер обязан предпринять необходимые меры для обеспечения надлежащей сохранности всех персональных данных, переданных ему Покупателями, потенциальными Покупателями и/или другими Независимыми партнерами.

2.10 ДОБРОПОРЯДОЧНОСТЬ

Независимые партнеры должны:

- а) учитывать отсутствие у Потребителей опыта заключения торговых сделок;
- б) не злоупотреблять доверием Потребителей;
- в) не использовать в своих интересах возраст, состояние здоровья Потребителя, непонимание или незнание им языка.

2.11 ОБУСЛОВЛЕННЫЕ ПРОДАЖИ

Компании и Независимые партнеры не должны склонять Потребителя к приобретению Продукции, утверждая, что Потребитель может уменьшить или полностью компенсировать покупную цену, направляя других потенциальных Потребителей к Независимым партнерам, с целью совершения аналогичных покупок, если уменьшение цены или компенсация зависят от каких-либо неопределенных в будущем событий.

2.12 ПОСТАВКА ПРОДУКЦИИ

Компании и Независимые партнеры должны своевременно выполнять заказы Потребителей.

3. ЭТИКА ПРИ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ КОМПАНИЙ С НЕЗАВИСИМЫМИ ПАРТНЕРАМИ

3.1 СОБЛЮДЕНИЕ КОДЕКСА ЭТИКИ НЕЗАВИСИМЫМИ ПАРТНЕРАМИ

Компании должны требовать от своих Независимых партнеров соблюдения положений Кодекса этики в качестве условия участия Независимых партнеров в системах распространения Продукции Компаний.

3.2 ПРИВЛЕЧЕНИЕ

Компании должны использовать добросовестные и честные методы привлечения новых или имеющихся Независимых партнеров.

3.3 ДЕЛОВАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Информация, которая предоставляется Компаниями своим Независимым партнерам или же потенциальным Независимым партнерам в отношении возможностей занятия предпринимательской деятельностью и связанных с этим прав и обязательств, должна быть точной и полной.

Компании не должны:

- а) сообщать потенциальным Независимым партнерам какие-либо фактические данные, которые не могут быть подтверждены;
- б) давать обещаний, которые невозможно выполнить;
- в) описывать потенциальным Независимым партнерам информацию, связанную с благоприятными возможностями для продажи Продукции, сообщая при этом недостоверные, неактуальные или ложные сведения.

3.4 ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ И ОТЧЕТЫ

Компании в соответствии с условиями соглашений с Независимыми партнерами по их письменному или устному запросу предоставляют сведения:

- а) об объеме продаж и закупок;
- б) о доходах и комиссионном вознаграждении;
- в) премиях;
- г) скидках;
- д) поставках;
- е) отмене заказов.

Все выплаты и удержания должны проводиться на основании соглашений с компаниями, иметь надлежащее документальное оформление и соответствовать требованиям законодательства Республики Казахстан.

Доход Независимых партнеров формируется от продаж Продукции или оказания услуг Потребителям. Он также может формироваться от продаж Продукции и личного потребления Независимых партнеров и их бизнес-структур.

Независимые партнеры не должны получать доход за привлечение других Независимых партнеров в систему продаж, кроме случаев, когда Компании предоставляют Независимым партнерам минимальные стимулы, которые соответствуют требованиям законодательства Республики Казахстан.

3.5 СВЕДЕНИЯ О ДОХОДАХ

1. Компании и Независимые партнеры не должны искажать сведения об объемах фактических и потенциальных продаж или о размерах доходов своих Независимых партнеров.

2. Заявления о доходах и продажах должны быть:

- а) достоверными и точными, не вводящими в заблуждение;
- б) основаны на документально подтвержденных фактах.

3. Потенциальные Независимые партнеры должны быть:

- а) информированы о том, что фактические доходы и продажи варьируются от человека к человеку, зависят от навыков Независимого партнера, затраченного времени, приложенных усилий и других факторов;
- б) снабжены достаточной информацией для оценки возможности получения дохода.

3.6 ВЗАИМООТНОШЕНИЯ

Компании предоставляют своим Независимым партнерам соглашение в электронной форме или на бумажном носителе, содержащее всю необходимую информацию о взаимоотношениях между Независимым партнером и Компанией, подписываемое сторонами при необходимости.

Компании могут предоставлять информацию Независимым партнерам об их обязанностях, предусмотренных законодательством Республики Казахстан, в том числе об обязательствах по оформлению любых соответствующих лицензий, регистраций и налогообложению.

3.7 СБОРЫ И ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ

Компании и Независимые партнеры не должны требовать от других Независимых партнеров или потенциальных Независимых партнеров оплачивать свыше утвержденных и обоснованных Компанией сумм:

- а) вступительных взносов;
- б) плат за тренинги или проводимое обучение,
- в) плат за особые права на реализацию Продукции,
- г) плат за рекламные материалы;
- д) иных плат, касающихся исключительно права вступления или сохранения членства в системе реализации Продукции Компании.

Компании не должны требовать покупки Продукции в рамках процесса подачи заявки, если она не включена в стартовый набор, а его покупка не запрещена действующим законодательством Республики Казахстан.

Если между Компанией и Независимым партнером прекращаются договорные отношения, то по запросу Независимого партнера Компания обязуется возместить все уплаченные не ранее чем за 30 (тридцать) дней до даты прекращения действия соглашения, сборы, такие как:

- а) вступительные взносы,
- б) платы за тренинги или проводимое обучение,
- в) за особые права на реализацию Продукции,
- г) за рекламные материалы,
- д) расходы на пересылку,
- е) иные отчисления, касающиеся исключительно права вступить или оставаться участником в системе реализации Продукции Компании.

Возмещение производится после вычета комиссии, скидок, вознаграждений в пользу Независимого партнера и накладных расходов, возникших у Компании в связи с выполнением соглашения с Независимым партнером.

Запрещается взимание или выплата любых комиссий за получение статуса Независимого партнера, которые фактически являются вознаграждением за привлечение Независимого партнера в систему продаж Компании.

3.8 ЗАЩИТА ДАННЫХ

Компании и Независимые партнеры обеспечивают защиту персональных данных, предоставляемых им Потребителями, потенциальными Потребителями или Независимым партнером в соответствии с законодательством Республики Казахстан о защите персональных данных.

3.9 ПРИОБРЕТЕНИЕ ПРОДУКЦИИ

Компании обязуются:

- а) не требовать и не побуждать Независимых партнеров закупать продукцию в необоснованно большом количестве.
- б) предпринять разумные меры, гарантирующие, что Независимые партнеры, которые получают вознаграждение за продажи Продукции Независимых партнеров нижестоящих уровней, приобретают Продукцию для личного потребления или дальнейшей перепродажи, чтобы претендовать на право получения вознаграждения.

Если Независимый партнер прекращает отношения с Компанией, то по запросу Независимого партнера Компания обязуется выкупить у Независимого партнера приобретенные им в течение предыдущих 12 (двенадцать) месяцев и пригодные для дальнейшей перепродажи:

- а) непроданную продукцию;
- б) рекламные материалы;
- в) вспомогательные торговые средства.

После их получения Компания обязуется вернуть не менее 90% первоначальной покупной цены Независимому партнеру. Сверх этого Компания может вычесть стоимость любых выгод или преимуществ, полученных Независимым партнером при первоначальной покупке возвращаемой Продукции. Политика по выкупу Продукции должна быть четко донесена Независимым партнерам.

Требование или побуждение Независимого партнера покупать необоснованное количество Продукции или вспомогательных средств считается несправедливой и вводящей в заблуждение практикой привлечения для Компании или Независимого партнера. Администратор Кодекса этики может использовать любое средство правовой защиты, ограждающее Независимого партнера от значительных финансовых убытков в результате такого запрещенного поведения Компании и Независимых партнеров.

Если Администратор Кодекса этики обнаруживает, что Компания применяет недобросовестные методы привлечения Независимых партнеров, в том числе ложные либо вводящие в заблуждение, он может применить любое адекватное средство правовой защиты, ограждающее Независимого партнера от значительных финансовых убытков в результате такого запрещенного поведения Компаний и Независимых партнеров, включая выкуп Продукции, рекламных и вспомогательных материалов, ранее приобретенных Заявителем.

3.10 ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Компании обязаны запрещать Независимым партнерам продавать или требовать от других приобретения любых материалов, которые не соответствуют политике и процедурам Компании. Независимые партнеры, осуществляющие продажу утвержденных Компанией рекламных материалов или учебной литературы в печатном виде или в электронной форме, обязаны:

- а) использовать только те материалы, которые соответствуют корпоративным стандартам Компании;
- б) не требовать от Независимых партнеров нижестоящих уровней приобретения вспомогательных торговых средств;
- в) предоставлять средства, направленные на стимулирование продаж, по разумным и справедливым ценам, которые эквивалентны ценам на аналогичные материалы на соответствующем рынке;
- г) предоставлять в письменном виде политику в отношении возврата Продукции, которая соответствует политике Компании, с которой сотрудничает данный Независимый партнер.

Компании обязаны предпринимать необходимые разумные меры, направленные на то, чтобы средства, направленные на стимулирование продаж, используемые Независимыми партнерами, соответствовали положениям настоящего Кодекса этики и не носили недостоверный или дезориентирующий характер.

Запрещается выплата компенсации Независимым партнерам за продажу учебных и рекламных материалов для получения и/или сохранения статуса Независимого партнера, которая на самом деле является вознаграждением за привлечение Независимых партнеров.

3.11 ОБРАЗОВАНИЕ И ОБУЧЕНИЕ НЕЗАВИСИМЫХ ПАРТНЕРОВ

Компании проводят тренинги, направленные на обучение Независимых партнеров осуществлять свою деятельность в полном соответствии с установленными этическими стандартами.

4. ЭТИКА ПРИ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ МЕЖДУ КОМПАНИЯМИ

4.1 ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

Компании осуществляют свою деятельность в духе здоровой конкуренции и уважительного отношения к другим членам АППК.

4.2 НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Компании и Независимые партнеры не должны переманивать к сотрудничеству Независимых партнеров, осуществляющих свою индивидуальную предпринимательскую деятельность с другими Компаниями.

4.3 КЛЕВЕТА

Компании не должны распространять или позволять своим Независимым партнерам распространять порочащие сведения в отношении продукции, объема продаж и маркетинговых планов или иных характеристик другой Компании.

5. ОБЕСПЕЧЕНИЕ СОБЛЮДЕНИЯ КОДЕКСА ЭТИКИ

5.1 ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КОМПАНИЙ

Основная ответственность, связанная с соблюдением Компанией и ее Независимыми партнерами настоящего Кодекса этики, возлагается на каждую Компанию индивидуально. В случае любого нарушения положений настоящего Кодекса этики Компании предпримут все разумные усилия для урегулирования возникшего спора.

5.2 АДМИНИСТРАТОР КОДЕКСА ЭТИКИ

Администратор Кодекса этики несет ответственность за:

- а) контроль над соблюдением Кодекса этики Компаниями;
- б) разработку свода правил в отношении процедуры урегулирования жалоб и претензий;
- в) урегулирование жалоб и претензий;
- г) разрешение любых неурегулированных жалоб и претензий Потребителей и Компаний, связанных с фактами нарушения настоящего Кодекса этики.

5.3 САНКЦИИ

В число санкций, применяемых по решению Администратора Кодекса этики, входят:

- а) отмена заказа;
- б) возврат приобретенной Продукции;
- в) возврат выплаченных средств;
- г) официальное предупреждение в адрес Компании и/или ее Независимых партнеров;
- д) прекращение сотрудничества или расторжение договора между Независимым партнером и Компанией;
- е) исключение Компании из АППК;
- ж) публичное освещение данных действий и санкций;
- з) иные соответствующие характеру нарушения меры.

5.4 ПОРЯДОК РАССМОТРЕНИЯ СПОРОВ

АППК и Администратор Кодекса этики разрабатывают, публикуют и внедряют процедуру рассмотрения жалоб и претензий в целях обеспечения оперативного разрешения всех поступающих жалоб. В соответствии с собственными корпоративными правилами рассмотрения жалоб Компании также обязаны разработать, опубликовать и внедрить процедуру рассмотрения жалоб и претензий в целях обеспечения оперативного разрешения всех поступивших жалоб и претензий.

5.5 ПУБЛИКАЦИЯ

Все Компании обязаны опубликовать Кодекс этики АППК, предоставив его своим Независимым партнерам и Потребителям.

Утвержден 20.12.2018 года
Участниками Ассоциации прямых продаж Казахстана