TÀI LIỆU THAM KHẢO

NGUYÊN TẮC THU MUA CỦA MICHELIN

VIEC THU MUA TAP DOAN – AN BAN NAM 2017

MICHELIN
A BETTER WAY FORWARD

MỤC LỤC

LỜI TỰA 04

NGUYÊN TẮC VÀ GIÁ TRỊ CỦA MICHELIN 06

NGUYÊN TẮC THU MUA CỦA MICHELIN 08

- Sứ mệnh
- Đạo đức, quy tắc đạo đức và quy tắc ứng xử chống tham nhũng trong Quan hệ Nhà cung cấp.
- Chấp nhận Nhà cung cấp
- Chất lượng
- Quản lý Quan hệ Nhà cung cấp (SRM)
- Quản lý Liên tục Kinh doanh “BCM”
- Chính sách CSR của chúng tôi, Điều lệ Hoạt động và Trách nhiệm của Michelin: "Tiến xa hơn về phía trước" đối với việc Thu mua.
- Đánh giá hiệu suất
  Phần kết luận.

PHỤ LỤC 29

- *Quy trình phê duyệt Chất lượng - Sản phẩm*
- *Các tiêu chí đánh giá CSR.*

LỜI TỰA

Michelin được xây dựng dựa trên những giá trị sâu xa được thể hiện trong Tuyên bố Hành động và Trách nhiệm của Michelin. Những giá trị này, đã dẫn dắt Công ty của chúng tôi kể từ khi được thành lập, đã định hình nền văn hoá của chúng tôi và giúp tạo dựng được danh tiếng của chúng tôi với vai trò là một nhà cung cấp các sản phẩm và dịch vụ có chất lượng nhằm nâng cao tính linh hoạt của người và hàng hóa.

Tại Michelin, chúng tôi cam kết chiến lược nuôi dưỡng mối quan hệ lâu dài với các nhà cung cấp của chúng tôi, tôn trọng sở thích và văn hoá của họ.

Nguyên tắc Thu mua của Michelin phản ánh các giá trị cốt lõi của chúng tôi và tạo nền móng cho việc thiết lập các mối quan hệ tin cậy quan trọng cần phải có giữa Tập đoàn, các đội mua sắm và các nhà cung cấp trên toàn thế giới. Bằng cách biên soạn các hướng dẫn cơ bản của chúng tôi, ấn bản này cung cấp cho tất cả mọi người như là tài liệu tham khảo chung để tham khảo và tuân thủ trong mọi trường hợp.

Mặc dù chưa hoàn toàn đầy đủ, các nguyên tắc này, cộng với ý thức rõ ràng về trách nhiệm cá nhân, sẽ mang lại một lộ trình hữu ích cho tất cả mọi người tại Michelin và tất cả các đối tác của chúng tôi.

Bên trong và bên ngoài Công ty, Nguyên tắc thu mua sẽ cung cấp khuôn khổ cho hành động của chúng tôi, dẫn dắt các quyết định của chúng tôi và giúp chúng tôi thể hiện các giá trị của mình trên cơ sở hàng ngày. Chúng tôi có nghĩa vụ tuân thủ các nguyên tắc và quy tắc ứng xử này, từ đó chúng tôi củng cố tính toàn vẹn và vị thế đạo đức của mình. Trên hết, chúng tôi sẽ là một doanh nghiệp truyền cảm hứng niềm tin và sự tôn trọng và tạo ra giá trị cho cả đối tác và cho chính chúng tôi.

Bằng cách thúc đẩy các giá trị bền vững và tuân thủ các tiêu chuẩn đạo đức cao, các nhóm Thu mua của chúng tôi cung cấp một giao diện quý giá cho các nhà cung cấp của chúng tôi, với những người mà chúng tôi đang theo đuổi cách tiếp cận quy trình liên tục và có hiệu quả chung.

Luc Minguet

Trưởng Bộ phận Thu mua

(Đã ký)

CÁC NGUYÊN TẮC VÀ GIÁ TRỊ CỦA MICHELIN

Được thúc đẩy bởi tầm nhìn của những người sáng lập, Michelin đã luôn cống hiến để cải thiện tính linh hoạt một cách có trách nhiệm. Điều này được tổng kết trong khẩu hiệu của chúng tôi: "Tiến xa hơn về phía trước". Chúng tôi đã lựa chọn để theo đuổi sứ mệnh này thông qua đổi mới và chất lượng, bằng cách dựa trên sự phát triển các giá trị cốt lõi của chúng tôi về **Tôn trọng khách hàng, Tôn trọng nhân dân, Tôn trọng các Cổ đông, Tôn trọng Môi trường và Tôn trọng Sự thật**.

Cách tiếp cận Hành động và Trách nhiệm của Michelin (PRM), được đưa ra vào năm 2002, hướng dẫn các thủ tục vận hành của chúng tôi và hình thành cách chúng tôi hành động và đổi mới.

Tuyên bố Hành động và Trách nhiệm của Michelin: "Tiến xa hơn về phía trước" tạo nên văn hóa doanh nghiệp này và điều chỉnh cam kết của chúng tôi đối với các nguyên tắc phát triển bền vững, cân bằng và có trách nhiệm.

Hợp nhất vào tất cả các dự án và tác động trong toàn doanh nghiệp, cách tiếp cận có cấu trúc và toàn cầu này phản ánh mong muốn của Michelin có một tầm nhìn dài hạn đối với sự phát triển của mình, đồng thời duy trì sự cân hợp lý bằng giữa hiệu quả kinh doanh, trách nhiệm môi trường và cam kết không ngừng để duy trì mối quan hệ chất lượng với người lao động và các đối tác.

Các nguyên tắc trong Tuyên bố Hành động và Trách nhiệm của Michelin: "Tiến xa hơn về phía trước" phản ánh:

CÁCH LÀM CỤ THỂ ĐỐI VỚI MICHELIN

- Lắng nghe khách hàng và đáp ứng nhu cầu của họ.
- Đóng góp vào hiệu quả kinh tế của Tập đoàn.
- Hội nhập các hoạt động của chúng tôi vào các quốc gia và cộng đồng trên toàn thế giới.
- Làm cho công việc kinh doanh của chúng tôi thân thiện với môi trường hơn.
- Thiết lập mối quan hệ trung thực và toàn vẹn với các đối tác công nghiệp và thương mại của chúng tôi và với nhà cung cấp.

VĂN HÓA ĐỘC ĐÁO

- Tôn trọng mọi người
- Chất lượng đảm bảo
- Thúc đẩy đổi mới
- Thực hiện quy trình liên tục
- Tôn trọng sự thật
- Có tầm nhìn dài hạn

Những giá trị lịch sử này tượng trưng cho những lợi thế đáng kể sẽ cho phép chúng tôi đáp ứng thành công những thách thức lớn mà chúng tôi phải đối mặt trong hiện tại và trong tương lai.

NGUYÊN TẮC THU MUA CỦA MICHELIN

Michelin làm việc với các nhà cung cấp để tuân thủ các tiêu chuẩn về chất lượng, giá cả, thời gian và độ tin cậy và cam kết không ngừng nâng cao hiệu quả hoạt động của họ liên quan đến con người và môi trường.

Quan hệ nhà cung cấp của chúng tôi được định hướng bởi các nguyên tắc cốt lõi được mô tả trong **Tuyên bố Hành động và Trách nhiệm của Michelin, "Tiến xa hơn về phía trước"**, như được mô tả ở trên. Chúng cũng được hướng dẫn bởi các nguyên tắc về tính công bằng, tính thẳng thắn và lòng trung thành.

Chúng tôi muốn các nhà cung cấp của chúng tôi làm quen với các nguyên tắc cơ bản mà sẽ điều khiển các mối quan hệ của chúng tôi, như được mô tả trong các Nguyên tắc Thu mua này và đảm bảo rằng họ sẽ tôn trọng chúng.

SỨ MỆNH

Sứ mệnh của Bộ phận Thu mua là phải bảo đảm sự sẵn có của các sản phẩm và dịch vụ mà khách hàng nội bộ yêu cầu bằng cách lựa chọn các nhà cung cấp đáp ứng được các yêu cầu kỹ thuật và giá cả cũng như những mong đợi của chúng tôi về các vấn đề môi trường và xã hội.

Tạo dựng mối quan hệ hợp tác lâu dài với các nhà cung cấp cũng là một phần trong sứ mệnh của các nhóm Thu mua. Cụ thể, điều này có nghĩa là hỗ trợ quá trình phát triển để có thêm giá trị chung, duy trì đối thoại chất lượng, cung cấp thông tin cập nhật thường xuyên và đổi mới phát triển.

Mục tiêu của chúng tôi là góp phần vào khả năng cạnh tranh của các đơn vị đang hoạt động của Tập đoàn đồng thời nâng cao các **giá trị cốt lõi** được trình bày trong Tuyên bố Hành động và Trách nhiệm của Michelin và Quy tắc Đạo đức của Tập đoàn.

ĐẠO ĐỨC, QUY TẮC ĐẠO ĐỨC VÀ QUY TẮC ỨNG XỬ CHỐNG THAM NHŨNG TRONG QUAN HỆ NHÀ CUNG CẤP

"Trong tất cả các quốc gia mà Michelin có mặt, tham vọng của chúng tôi là tiến hành tất cả các hoạt động chuyên nghiệp với tính toàn vẹn. Quy tắc Đạo đức và quy tắc ứng xử chống tham nhũng của Michelin được dựa trên các giá trị cơ bản được thể hiện trong Tuyên bố Hành động và Trách nhiệm. Chúng xác định các tiêu chuẩn về hành vi đối với các hoạt động tại nơi làm việc của chúng tôi và đưa ra các hướng dẫn chính xác về cách ra quyết định để chúng tôi có thể vận dụng một cách thích hợp trong các tình huống đạo đức và chống tham nhũng. Chúng phác họa chính xác các chính sách mà nhân viên của Michelin phải tuân theo." Trích từ Quy tắc Đạo đức, Thông điệp của Đối tác Quản lý, năm 2014 và Quy tắc ứng xử chống tham nhũng, năm 2016.

Quy tắc Đạo đức của Michelin, được hoàn thiện bởi bộ quy tắc ứng xử chống tham nhũng vạch ra các nét chính trong chính sách của Tập đoàn về thực tiễn kinh doanh có đạo đức và hành vi cá nhân.

Chúng bổ sung và xây dựng trên các nguyên tắc được trình bày trong Tuyên bố Hành động và Trách nhiệm của Michelin.

Các giá trị cơ bản và các nguyên tắc hành động và cách hành xử để Quy tắc Đạo đức được thấm nhuần trong toàn bộ cộng đồng Michelin sẽ tạo nền móng cho các mối quan hệ tin tưởng cần thiết phải được tồn tại giữa Tập đoàn và các bên liên quan của mình.

Mục tiêu của chúng tôi trong tài liệu này là xem xét lại đạo đức, các nguyên tắc đạo đức và quy tắc nghề nghiệp và hành vi chống tham nhũng được trình bày trong Quy tắc Đạo đức được áp dụng cho toàn bộ Chức năng Thu mua và tất cả nhân viên Michelin trong quan hệ của họ với các nhà cung cấp và nhà thầu phụ.

Mỗi người trong chúng ta, với tư cách là đại sứ của Michelin, có trách nhiệm tuân thủ đầy đủ các **Nguyên tắc đạo đức Thu mua và quy tắc đạo đức nghề nghiệp** này. Danh tiếng của Michelin phụ thuộc vào chúng ta.

MICHELIN BÁM SÁT CÁC NGUYÊN TẮC QUỐC TẾ (HIỆP ƯỚC TOÀN CẦU VÀ QUYỀN CON NGƯỜI)

Nguyên tắc PRM: *"Chúng tôi muốn tiếp tục theo đuổi việc mở rộng toàn cầu của Tập đoàn Michelin dựa trên ba nguyên tắc chỉ đạo:*

- *Duy trì văn hóa Công ty vững mạnh, cởi mở và chia sẻ, là nguồn gắn kết xã hội và động cơ thúc đẩy;*
- *Khuyến khích phát triển cá nhân và tự nhận thức cho từng người và tất cả mọi người trong Công ty, trong việc thực hiện trách nhiệm của mình;*
- *Đảm bảo sự tuân thủ liên tục các quy định và tôn trọng văn hoá của các quốc gia mà chúng tôi hoạt động.*

Chúng tôi phản đối lao động trẻ em và lao động cưỡng bức, tuân thủ đầy đủ các nguyên tắc của Tổ chức Lao động Quốc tế.

Chúng tôi nhận thức được trách nhiệm phát sinh từ sự hiện diện thương mại và công nghiệp của chúng tôi ở nhiều quốc gia. Bất cứ nơi nào chúng tôi có mặt, chúng tôi quyết tâm hành động như là một Công ty có trách nhiệm và trung thực, tôn trọng nhân loại và pháp luật.

Chúng tôi sẽ đạt đến sự hội nhập này bằng cách liên tục theo đuổi mục tiêu giảm tác động tiêu cực, vốn có trong các hoạt động công nghiệp, và chú ý đến việc tuân thủ các quy định về an toàn hoạt động trên tất cả các cơ sở của chúng tôi ". (*Tuyên bố PRM phiên bản 2002, Thực hiện các giá trị của chúng tôi*).

Bằng việc tuân theo Hiệp ước Toàn cầu 2010, Michelin cam kết tôn trọng đầy đủ các Quyền Con người trong tất cả các hoạt động của mình và trong tất cả các quốc gia mà Tập đoàn hoạt động, và để đảm bảo việc thúc đẩy Hiệp ước Toàn cầu nói trên.

Hơn nữa, Michelin cam kết tuân thủ các quy định quốc tế sau đây: Tuyên ngôn Thế giới về Quyền con người; các quy tắc cơ bản của Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO); và Hướng dẫn

của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) về nhân quyền, bảo vệ môi trường và đấu tranh chống tham nhũng.

Michelin cam kết đảm bảo các điều kiện lao động và các mối quan hệ tôn trọng chân giá trị con người, và đảm bảo rằng các điều kiện lao động này an toàn và phù hợp với các định mức của ILO và các luật và quy định của địa phương.

Michelin đảm bảo, trong trường hợp sản xuất công nghiệp, sẽ xác định, ngăn ngừa và sửa chữa các tác động liên quan đến tiêu cực về môi trường, xã hội và nhân quyền mà việc sản xuất này có thể gây ra đối với cộng đồng địa phương và môi trường của họ, và tham gia vào sự phát triển hài hòa của các cộng đồng đó.

Michelin muốn đảm bảo rằng các nhà cung cấp và các nhà cung cấp dịch vụ của mình cũng sẽ tôn trọng các nguyên tắc tương đương với các nguyên tắc được quy định trong Quy tắc Đạo đức của Tập đoàn, đặc biệt là tôn trọng nhân quyền, và đảm bảo rằng họ sẽ xúc tiến các nguyên tắc tương tự trong mối quan hệ của họ với các nhà cung cấp và nhà thầu phụ của chính họ.

Michelin đặc biệt yêu cầu các nhà cung cấp và nhà thầu phụ tôn trọng những điều sau đây:

- Các quy tắc quốc tế, đặc biệt là Tuyên ngôn Thế giới về Quyền con người, Hiệp ước Toàn cầu, các hướng dẫn của OECD.
- Các quy định pháp lý và luật pháp về lao động có hiệu lực trong nước (mức thù lao, thời gian làm việc, tự do hiệp hội).
- Các quy tắc cơ bản của ILO, cụ thể là các công ước về lao động trẻ em, lao động cưỡng bức, lao động bắt buộc, tôn trọng quyền tự do hiệp hội và quyền đàm phán tập thể, và không phân biệt đối xử.
- Chân giá trị con người thông qua điều kiện làm việc thỏa đáng.
- Các quy tắc về an ninh, an toàn và sức khỏe, nhằm hạn chế các hoạt động ảnh hưởng đến sự an toàn và an ninh của nhân viên, và các cộng đồng gần nơi sản xuất.
- Các quy tắc an toàn áp dụng trong các cơ sở hoạt động của Michelin.

Cam kết này, do Tập đoàn Michelin thực hiện, để hành động một cách có trách nhiệm và hợp đạo lý đối với người lao động, đối tác và cộng đồng địa phương, phải được hiểu và tôn trọng bởi tất cả quý vị. Sự thận trọng và sự tham gia của mỗi người là cần thiết để cách tiếp cận này được tồn tại mãi mãi.

TUÂN THỦ CÁC LUẬT VÀ QUY ĐỊNH

Nguyên tắc PRM: "*Đảm bảo sự tuân thủ liên tục các quy định và tôn trọng nền văn hoá của các quốc gia mà chúng tôi hoạt động. (...) Bất cứ nơi nào chúng tôi có mặt, chúng tôi quyết tâm hành động như là một Công ty có trách nhiệm và trung thực, tôn trọng nhân loại và pháp luật*." (*Tuyên bố PRM phiên bản 2002, Thực hiện các giá trị của chúng tôi*).

Michelin và các nhà cung cấp của mình cam kết thực hiện đầy đủ tất cả các luật và quy định hiện hành trong các hoạt động của mình, các quyết định (Lệnh cấm vận, ...), các luật và thỏa thuận quốc tế. Mỗi thành viên đội ngũ Thu mua có trách nhiệm tuân thủ luật pháp và các quy định hiện hành.

XUNG ĐỘT LỢI ÍCH

Nguyên tắc PRM: "*Chúng tôi muốn ngăn chặn những xung đột lợi ích tiềm ẩn giữa các trách nhiệm của nhân viên trong cuộc sống của họ bên trong và bên ngoài công ty. Do đó chúng tôi hy vọng nhân viên của chúng tôi sẽ tránh các hoạt động cá nhân, tài chính, thương mại hoặc các hoạt động khác có thể trái với lợi ích hợp pháp của Tập đoàn Michelin hoặc có thể dẫn đến những nhận thức mơ hồ, trong phạm vi trách nhiệm được giao của họ trong Công ty*." (*Tuyên bố PRM phiên bản 2002, Thực hiện các giá trị của chúng tôi*).

- Trong mối quan hệ nghề nghiệp với các nhà cung cấp và nhà thầu phụ, các thành viên của đội ngũ Thu mua và các nhân viên khác của Tập đoàn phải luôn luôn thực hiện nhiệm vụ của mình phù hợp với lợi ích của Tập đoàn và tuân thủ các yêu cầu pháp lý.

- Trong giao dịch với các nhà cung cấp và nhà thầu phụ, các thành viên của đội ngũ Thu mua và nhân viên của Tập đoàn không được phép thực hiện bất kỳ giao dịch kinh doanh nào ngoài những giao dịch đã được cho phép trong phạm vi nhiệm vụ của mình, thay mặt cho chính mình hoặc cho bên thứ ba.
- Trong trường hợp nhà cung cấp cũng là khách hàng của Michelin, thì thực tế này sẽ không được tính đến trong các cuộc đàm phán. Lợi ích của Tập đoàn trong các phạm vi mua và bán
- sẽ vẫn sẽ riêng biệt.

Một xung đột lợi ích có thể tồn tại nếu một nhân viên:
-Thương thảo hợp đồng với tên của Michelin, từ đó sẽ thu được lợi ích hiện tại hoặc tương lai;
-Có lợi ích tài chính dưới bất kỳ hình thức nào tronh một công ty do các nhà cung cấp của Michelin kiểm soát;
-Sử dụng cơ hội kinh doanh sẵn có của Michelin cho lợi ích cá nhân;
-Sử dụng thông tin bí mật của Michelin đã thu được trong quá trình làm việc cho lợi ích cá nhân hoặc cho lợi ích hoặc để hưởng lợi của bên thứ ba.
vv

Nói chung, các đại diện thu mua phải thông báo cho người giám sát của mình một cách minh bạch nhất có thể trong trường hợp có xung đột lợi ích.

QUÀ TẶNG VÀ LỜI MỜI

Nguyên tăc PRM: "*Đảm bảo sự tuân thủ liên tục các quy định và tôn trọng nên văn hoá của các quốc gia mà chúng tôi hoạt động. (...) Bất cứ nơi nào chúng tôi có mặt, chúng tôi quyết tâm hành động như là một Công ty có trách nhiệm và trung thực, tôn trọng nhân loại và pháp luật*." (*Tuyên bố PRM phiên bản 2002, Thực hiện các giá trị của chúng tôi).*

- Quà tặng và lời mời có thể ảnh hưởng đến khả năng của một cá nhân trong việc đưa ra các quyết định hoàn toàn không thiên vị trong quan hệ với nhà cung cấp hoặc nhà thầu phụ.
- Vì lý do này, nhân viên không được phép nhận quà tặng từ nhà cung cấp hoặc nhà thầu phụ. Quà tặng này bao gồm tiền, hàng hoá, dịch vụ, giải trí, du lịch hoặc bất kỳ loại tặng phẩm nào.
- Tuy nhiên, nhân viên có thể nhận quà tặng có giá trị không đáng kể. (Ví dụ: vật phẩm quảng cáo, bữa ăn không thường xuyên, lời mời đến với hoạt động xã hội hoặc tham gia vào một sự kiện do nhà cung cấp hoặc nhà thầu phụ tài trợ.)
- Nếu việc chấp nhận món quà hoặc lời mời là không thể tránh khỏi để tôn trọng phong tục tập quán quốc gia, nhân viên thu mua sẽ phải thông báo cho người quản lý của mình để theo đó đưa ra quyết định thích hợp.
- Về đến vấn đề này, đội ngũ Thu mua phải có sổ sách ghi chép đầy đủ theo luật pháp và quy định của địa phương. Trong bất kỳ trường hợp nào, việc nhận quà sẽ không làm biến dạng năng lực quyết định của người mua và người đặt hàng đối với nhà cung cấp.

MỐI QUAN HỆ VỚI CHÍNH QUYỀN VÀ CHỐNG THAM NHŨNG

Nguyên tắc PRM: "*Bất cứ nơi nào chúng tôi hoạt động, trên khắp thế giới, chúng tôi kiên quyết phản đối bất kỳ và tất cả mọi hình thức tham nhũng, bất kể tổ chức và cơ quan nào liên quan, cho dù là công cộng hoặc tư nhân. Chúng tôi từ chối bất kỳ và tất cả mọi khoản tiền thù lao cho các bên thứ ba nếu khoản tiền thù lao đó không tương ứng với dịch vụ thực tế, trong một số tiền hợp lý, được công bố hợp lệ trong tài khoản của chúng tôi*." (*Tuyên bố PRM phiên bản 2002, Thực hiện các giá trị của chúng tôi*).

Michelin từ chối sự trung gian can thiệp, mọi sự hối lộ hoặc thanh toán bất hợp pháp khác, trực tiếp hoặc gián tiếp đến viên chức nhà nước, thành viên của chính phủ, các chính trị gia hoặc đảng phái chính trị hoặc bất kỳ cán bộ công chức nào khác.

“Cán bộ công chức và/hoặc Nhân vật trung gian” trong ngữ cảnh này liên quan đến bên thứ ba ký hợp đồng đàm phán hợp tác, thị trường công cộng hoặc các mối quan hệ thương mại khác.

Điều này có nghĩa, ví dụ như nhân viên không được cung cấp hoặc đồng ý các khoản hoa hồng, chiết khấu, giảm giá, phí tư vấn hoặc đền bù cho các dịch vụ được cung cấp - bằng tiền mặt hoặc dưới hình thức lợi thế tài chính - nếu mục đích của khoản thanh toán đó là để quan chức chính phủ, viên chức nhà nước hoặc đại lý công đưa ra một quyết định thuận lợi hoặc đem lại một lợi thế không công bằng cho Michelin. Các khoản thanh toán này cũng sẽ được coi là bất hợp pháp nếu được thực hiện bởi một nhà tư vấn trung gian hay bên ngoài.

Để đảm bảo tuân thủ đầy đủ luật pháp trong phạm vi này, các nhóm Thu mua nên áp dụng các quy tắc được ghi trong Quy tắc Đạo đức và trong Quy tắc Chống Tham

BẢO MẬT

Nguyên tắc PRM: “*Chúng tôi coi bảo mật là nhiệm vụ, bất cứ khi nào lợi ích của khách hàng, cổ đông, đối tác, nhân viên của chúng tôi, và nói chung, Tập đoàn của chúng tôi đang bị đe dọa*.” (*Tuyên bố PRM phiên bản 2002, Thực hiện các giá trị của chúng tôi*).

Các thành viên đội ngũ Thu mua của Michelin có thể có quyền tiếp cận thông tin về Tập đoàn mà phải giữ bí mật nếu việc tiết lộ hoặc cáo thị vội vã có thể gây hại cho Tập đoàn. Các bí mật bao gồm thông tin về sản phẩm, nghiên cứu, bí quyết kỹ thuật, các dự án sản xuất hoặc tiếp thị, dữ liệu tài chính, và chiến lược, chiến thuật, ngân sách hoặc các kế hoạch tương lai không thuộc phạm vi công khai.

Tất cả nhân viên có trách nhiệm đảm bảo rằng thông tin đó là không được phổ biến trực tiếp hoặc gián tiếp ra bên ngoài Công ty hoặc tiết lộ cho những người chưa được cho phép nhận nó.

Tương tự, thông tin nhạy cảm về nhà cung cấp đã nhận được trong quá trình thảo luận phải được giữ kín và đặc biệt không được tiết lộ cho đối thủ cạnh tranh.

Trong quá trình đàm phán, Michelin và các nhà cung cấp của mình có thể ký các thoả thuận không tiết lộ.

CẠNH TRANH CÔNG BẰNG

Nguyên tắc PRM: “*Chúng tôi rất ủng hộ sự cạnh tranh thương mại công bằng từ tất cả mọi người chơi, trong khuôn khổ của pháp luật cạnh tranh*.” (*Tuyên bố PRM phiên bản 2002, Thực hiện các giá trị của chúng tôi*).

Michelin cố gắng chọn các nhà thầu phụ và các nhà cung cấp hàng hoá và dịch vụ đang sử dụng quy trình minh bạch trên cơ sở các tiêu chí khách quan.

Michelin tuân thủ các quy tắc và nguyên tắc cạnh tranh tự do sau đây:

- Các Hồ sơ mời thầu (RFP) được gửi đồng thời đến các nhà cung cấp và tất cả các phản hồi đều đến hạn trong cùng một ngày.
- Danh sách các nhà cung cấp được bảo mật và vẫn giữ nguyên như vậy sau khi nhận được hồ sơ dự thầu, đặc biệt là tránh việc ấn định giá giữa các nhà cung cấp.
- Tất cả các nhà cung cấp liên quan đến RFP đều được nhận cùng một tài liệu chính xác trong cùng một thời điểm. Nhà cung cấp yêu cầu cung cấp thêm thông tin trong quá trình đấu thầu phải được chỉ dẫn cụ thể đến đại lý thu mua hoặc người quản lý kỹ thuật được chỉ định trong hồ sơ mời thầu.
- Ngoài sự công bằng, bất kỳ câu trả lời nào cho câu hỏi của nhà cung cấp, cũng như bất kỳ thông tin bổ sung nào có tính chất chung chung (tức là không liên quan đến giải pháp cụ thể của nhà cung cấp cụ thể) để có thể nâng cao hiểu biết về các tài liệu RFP ban đầu phải được chia sẻ với tất cả các nhà cung cấp tham gia.
- Các nhà cung cấp nên được khuyến khích nộp các đề xuất cung cấp các giải pháp thay thế hoặc lựa chọn song song với giải pháp chính.
- Tất cả các tài liệu RFP đều được bảo mật, và các nhà cung cấp không được chuyển cho bên thứ ba nếu không có sự cho phép bằng văn bản của Michelin.

- Bất kỳ ngày gia hạn nào đều cũng được thông báo chung cho toàn bộ các nhà cung cấp tham gia.
- Giá, điều khoản và các chi tiết kỹ thuật khác được cung cấp trong phản hồi của nhà cung cấp không được chia sẻ với các nhà cung cấp được tham khảo khác, ngay cả sau khi đã chọn được giá trúng thầu.
- Quy trình RFP không chỉ được sử dụng để lấy báo giá. Đại lý thu mua và người đặt hàng chọn giá trúng thầu dựa trên các tiêu chí đã xác định trước, được thiết lập trước và áp dụng cho tất cả các đề xuất.
- Michelin không cam kết lựa chọn giải pháp giá thấp nhất, mà là sẽ chọn giải pháp phù hợp nhất với các lợi ích của mình.
- Các nhà cung cấp có hồ sơ dự thầu không được chọn nên được cảm ơn thích đáng, phù hợp với trạng thái đáp ứng của họ. Phản hồi về lý do tại sao đề xuất của họ không được chọn sẽ khiến họ điều chỉnh các đáp ứng của họ hiệu quả hơn trong tương lai và xua tan bất kỳ cảm giác bất công nào.
- Chức năng Thu mua phải có khả năng trình bày và biện minh cho tất cả các quyết định của mình trong quá trình RFP.

GIAN LẬN

Nguyên tắc PRM: "*Đảm bảo sự tuân thủ liên tục các quy định và tôn trọng nền văn hoá của các quốc gia mà chúng tôi hoạt động. (...) Bất cứ nơi nào chúng tôi có mặt, chúng tôi quyết tâm hành động như là một Công ty có trách nhiệm và trung thực, tôn trọng nhân loại và pháp luật*." (*Tuyên bố PRM phiên bản 2002, Thực hiện các giá trị của chúng tôi*).

Các hành động gian lận nội bộ sẽ là một mối đe dọa đáng kể đối với các hoạt động của Michelin và có thể gây ảnh hưởng xấu đến danh tiếng và kinh doanh của Công ty.

Gian lận, không trung thực và bất kỳ hành động tội phạm nào đều bị nghiêm cấm ở Michelin và có thể dẫn đến tố tụng dân sự hoặc tố tụng hình sự đối với nhân viên vi phạm.

Michelin đã ban hành Chỉ thị về Gian lận của Tập đoàn để đảm bảo rằng tất cả các công ty thuộc Tập đoàn và tất cả nhân viên cùng chia sẻ một tầm nhìn chung về các yêu cầu chống gian lận của Tập đoàn và triển khai các biện pháp tự vệ hiệu quả để chống gian lận.

HÒA GIẢI

Nếu một nhà cung cấp không có được sự đáp ứng thỏa đáng từ Michelin sau những cuộc thảo luận ban đầu, việc đó có thể chuyển sang người hòa giải quan hệ khách hàng - nhà cung cấp để giúp giải quyết vấn đề một cách nhanh chóng trong quá trình hợp tác. Giám đốc Chất lượng trong Bộ phận Thu mua sẽ có trách nhiệm xử lý hòa giải.

Người hòa giải chỉ tham gia sau khi nhà cung cấp đã cố gắng giải quyết vấn đề với các địa chỉ liên lạc thường xuyên của mình trong Công ty, ví dụ đại lý thu mua chịu trách nhiệm về giá, trung tâm thanh toán hoặc người quản lý hợp đồng. Người hòa giải sẽ không xem xét bất kỳ yêu cầu nào không tuân theo nguyên tắc này.

Để khởi động quá trình hòa giải, nhà cung cấp phải gửi email yêu cầu chính thức thông qua trang web: https://purchasing.michelin.com/en/purchasing-mediation

Nếu không có giải pháp nào được tìm ra với sự hỗ trợ của người hòa giải nội bộ, các bên cam kết sẽ sử dụng các dịch vụ của người hòa giải bên ngoài theo lệ thường.

KẾT LUẬN

Các đại lý thu mua phải hoàn toàn rõ ràng và minh bạch với giám sát của mình. Phải luôn luôn liên lạc với người giám sát của mình nếu có bất kỳ câu hỏi dù là nhỏ nhất hoặc nghi ngờ về quy trình hành động của mình.

CHẤP NHẬN NHÀ CUNG CẤP

Phần này chỉ liên quan đến các nhà cung cấp mới.

Các đội ngũ của Tập đoàn tuân theo một quy trình có cấu trúc để kết nạp các nhà cung cấp mới. Quy trình này được thiết kế để xác nhận tiềm năng và khả năng của nhà cung cấp trong việc đáp ứng những kỳ vọng của Michelin về các vấn đề thương mại, hiệu suất kỹ thuật, chất lượng, thời hạn và sự phát triển bền vững. Các nhà cung cấp được chấp nhận phải tuân thủ các giá trị được mô tả ở trên.

Giai đoạn này bao gồm:

VIỆC ĐÁNH GIÁ SƠ BỘ

Ban đầu, đánh giá này dựa trên bảng câu hỏi để cho phép Michelin đánh giá các nhà cung cấp tiềm năng về:

- tình hình tài chính và kinh tế;
- cách tiếp cận chất lượng;
- khả năng đáp ứng các yêu cầu kỹ thuật của Michelin;
- cam kết và cách tiếp cận phát triển bền vững.

Đánh giá sơ bộ này có thể được bổ sung bằng:

CHUYẾN THĂM QUAN THỰC ĐỊA

Chuyến thăm thực địa tạo cơ hội để xác minh đánh giá sơ bộ và thu thập thêm thông tin nếu cần. Nó có thể bao gồm:

- một cuộc kiểm toán nhà cung cấp;
- các chuyến thăm đến một hoặc nhiều địa điểm của nhà cung cấp;
- các thử nghiệm tại một cơ sở của Michelin.

Để được chấp nhận, nhà cung cấp phải đồng ý:

- đáp ứng và trả lời một cách thỏa đáng câu hỏi đánh giá;
- tuân thủ các nguyên tắc và yêu cầu trong cuốn cẩm nang này;
- thiết lập một hệ thống quản lý chất lượng phù hợp với các yêu cầu ISO 9001 hiện tại. Việc có chứng nhận đạt các tiêu chuẩn ISO 9001, ISO 14001 và IATF16949 là một lợi thế trong quá trình lựa chọn nhà cung cấp. Đối với các nhà cung cấp đã đăng ký về nguyên liệu, yêu cầu phải có chứng nhận ISO 9001 và chứng nhận ISO 14001 phải tạo thành phạm vi phát triển toàn vẹn với các nhà cung cấp liên quan của chúng tôi;
- Triển khai phương pháp tiếp cận trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (ví dụ: ISO26000);
- cho phép đội ngũ của Michelin đến cơ sở để kiểm tra hoặc tham quan kỹ thuật;
- đảm bảo rằng các nhà thầu phụ của mình tuân thủ các nguyên tắc và yêu cầu trong tài liệu này;
- thông báo cho Michelin trước khi có bất kỳ thay đổi nào về:
  - quy trình sản xuất, hệ thống chất lượng hoặc việc gia công của mình;
  - cơ cấu tổ chức (các cơ sở sản xuất, sáp nhập, mua lại, liên kết, vv...).

Khi nhà cung cấp được chấp nhận, họ có thể tham gia vào quá trình đấu thầu cạnh tranh của Michelin.

Lưu ý: Nhà cung cấp có thể được yêu cầu cung cấp bất cứ thông tin liên quan nào cho việc tiến hành phân tích vòng đời sản phẩm hoặc dịch vụ.

CHẤT LƯỢNG

VĂN HÓA CHẤT LƯỢNG

"*Trong hơn một thế kỷ, Michelin đã cam kết cung cấp lốp tốt nhất với giá tốt nhất trong từng phân khúc thị trường và thiết lập tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ.*"

Trích từ các nguyên tắc Chất lượng của Michelin.

Mục tiêu này, đang thúc đẩy chúng tôi mỗi ngày để đáp ứng và dự đoán những mong đợi của khách hàng trong tất cả các lĩnh vực về chất lượng, cũng như thúc đẩy chúng tôi phấn đấu để cải tiến liên tục.

Các nhóm Thu mua của chúng tôi, cùng với các nhà cung cấp của chúng tôi, có trách nhiệm đảm bảo rằng tất cả các sản phẩm được phân phối - bất kể chúng đến từ đâu hoặc đi đâu - và tất cả các dịch vụ đều đáp ứng các yêu cầu của khách hàng và tuân thủ các giá trị của Tập đoàn, bao gồm cả Tuyên bố Chất lượng của Michelin.

CÙNG VỚI NHAU, chúng tôi phải triển khai các nguồn lực cần thiết để đạt được và đảm bảo chất lượng xuất sắc, đồng thời vẫn liên tục tập trung vào việc quản lý cẩn thận các chi phí có liên quan.

MICHELIN và các NHÀ CUNG CẤP CỦA MICHELIN phải hợp tác để tiến lên phía trước trong lĩnh vực này.

CÁC NGUYÊN TẮC

Kể từ khi Michelin được thành lập, chúng tôi đã duy trì được một nền văn hoá mạnh mẽ về trách nhiệm được phản ánh trong thái độ kiên quyết của chúng tôi đối với sự an toàn và chất lượng của tất cả các sản phẩm và dịch vụ của chúng tôi.

Cung cấp sản phẩm và dịch vụ chất lượng cho khách hàng là ưu tiên tuyệt đối của chúng tôi. Điều này phụ thuộc rất nhiều vào chất lượng của nguyên liệu và dịch vụ chúng tôi mua bên ngoài.

Hệ thống Đảm bảo Chất lượng của nhà cung cấp sẽ giúp hiểu rõ cách Michelin dự định áp dụng chính sách chất lượng của mình trong mối quan hệ nhà cung cấp và trong cách quản lý chất lượng của các sản phẩm và dịch vụ đã mua. **Hệ thống này là cần thiết để đảm bảo hiệu quả lâu dài của Michelin và cho phép Tập đoàn đáp ứng những thách thức chiến lược của mình**.

Thông qua hệ thống này, Michelin dự định:

- tạo điều kiện cần thiết, cùng với các nhà cung cấp, để đảm bảo chất lượng tổng thể cho tất cả các sản phẩm đã mua, trong suốt vòng đời của sản phẩm, cũng như cho tất cả các dịch vụ được cung cấp;
- thiết lập mối quan hệ bền vững, lâu dài với các nhà cung cấp dựa trên sự tin cậy lẫn nhau;
- thách thức các nhà cung cấp về việc quản lý các quy trình chất lượng của họ và duy trì một cách tiếp cận cải tiến liên tục;
- khuyến khích các nhà cung cấp đưa ra các gợi ý và đề xuất đổi mới và/hoặc sự khác biệt.

PHÊ DUYỆT SẢN PHẨM

Tùy thuộc vào mức độ rủi ro về chất lượng, Michelin phê duyệt sản phẩm cho một hoặc nhiều cơ sở.

Để có được sự chấp thuận, nhà cung cấp phải chứng minh rằng họ có thể cung cấp, với giá tốt nhất, một sản phẩm phù hợp với các tiêu chuẩn của Michelin về chất lượng, số lượng, thời hạn, các dịch vụ liên quan và khả năng lặp lại.

Các sản phẩm được phê duyệt phải:

- được mô tả bằng các thông số kỹ thuật của Michelin;

- được sản xuất bằng cách sử dụng quy trình, dây chuyền sản xuất hoặc máy móc đã xác định;
- được sản xuất tại một cơ sở cụ thể.

Quy trình phê duyệt sản phẩm được mô tả trong phần phụ lục.

SẢN XUẤT HIỆN TẠI

Với sản xuất hiện tại, Michelin hy vọng rằng các nhà cung cấp của mình sẽ hướng đến mục tiêu hiệu suất sau:

"100% sản phẩm phân phối được hoàn thành trong thời hạn quy định, không có khuyết tật và có giá tốt nhất, hoặc 100% các dịch vụ được cung cấp phù hợp với các yêu cầu kỹ thuật."

Tất cả các sản phẩm và dịch vụ được cung cấp phải tuân thủ đầy đủ các điều khoản của hợp đồng và đơn đặt hàng, cũng như các yêu cầu được quy định trong các thông số kỹ thuật. Nghiêm cấm phân phối các sản phẩm hoặc dịch vụ không tuân thủ.

Tại giai đoạn này, nhà cung cấp và Michelin sẽ trao đổi:

- thông tin liên lạc để mua hàng, chuỗi cung ứng và đại diện kỹ thuật;
- chi tiết ngân hàng của mình;
- thông tin về thủ tục truyền thông, bao gồm ngôn ngữ làm việc và giao diện công nghệ thông tin (EDI, xử lý đơn đặt hàng, chuỗi cung ứng, vv…);
- thông tin về thủ tục xử lý khủng hoảng.

1.ĐÓNG GÓI-VẬN CHUYỂN

Sản phẩm được giao phải:

- **được vận chuyển cùng với các giấy tờ hành chính cần thiết** có chứa tất cả các thông tin theo yêu cầu của thông số kỹ thuật hoặc được yêu cầu trong đơn đặt hàng và/hoặc lệnh giao hàng;
- **đóng gói trong cách thức sao cho có thể bảo vệ tính toàn vẹn và sự phù hợp của chúng** trong quá trình xử lý, lưu trữ và vận chuyển.

Đóng gói riêng lẻ và đóng gói số lượng lớn phải đáp ứng các yêu cầu pháp lý của quốc gia nơi đến.

Tùy thuộc vào tình huống và các sản phẩm được đề cập đến, nhà cung cấp và Michelin sẽ cùng làm việc để tối ưu hoá việc đóng gói bằng cách xác định loại thùng chứa, vật liệu đóng gói được sử dụng, quy trình xử lý, thu hồi, tái chế, vv… Quá trình này giúp giảm chi phí và bảo vệ môi trường.

2.GIAO HÀNG

Nhà cung cấp phải thông báo cho Michelin càng sớm càng tốt về bất kỳ sự sai lệch nào về số lượng hoặc thời hạn liên quan đến đơn đặt hàng.

Trong trường hợp có sự dao động về việc giao hàng, nhà cung cấp phải đề nghị sự chấp nhận từ các địa chỉ thu mua và chuỗi cung cứng của Michelin đã được chỉ định trước khi giao hàng. Michelin sẽ tiến hành phân tích rủi ro và chỉ ra bước thực hiện.

Nhà cung cấp phải thông báo cho Michelin mọi khoản phí cước vận chuyển bổ sung, bất kể Michelin hay nhà cung cấp sẽ thanh toán chi phí đó. Nhà cung cấp cũng phải đưa ra và trình bày báo cáo tóm tắt việc giao hàng khi có yêu cầu.

3. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG – TÍNH PHÙ HỢP CỦA SẢN PHẨM

Nhà cung cấp hoàn toàn chịu trách nhiệm về chất lượng của các sản phẩm được giao và các dịch vụ được cung cấp.

Nhà cung cấp phải thực hiện các quy trình hệ thống chất lượng và xác minh tính hiệu quả của chúng để đảm bảo rằng tất cả các sản phẩm được giao và các dịch vụ được cung cấp sẽ tuân thủ các yêu cầu cụ thể của Michelin.

Michelin có thể yêu cầu nhà cung cấp:

- Xác định người quản lý sản phẩm an toàn, chịu trách nhiệm về chất lượng sản phẩm được giao cho khách hàng;
- cung cấp thông tin về quy trình quản lý chất lượng và tài liệu minh chứng, bao gồm kiểm soát sản xuất, kế hoạch giám sát, công cụ thống kê, nhận dạng và truy nguyên nguồn gốc, bảo quản sản phẩm và quản lý đặc tính của sản phẩm, sự phù hợp và không phù hợp, vv…;
- tham gia vào việc phê duyệt hoặc liên kết phòng thí nghiệm của mình;
- báo cáo hoặc xác định tất cả các lô hàng chuyển đến Michelin đã được phân loại hoặc chỉnh sửa lại do hậu quả của việc không tuân thủ nội bộ;
- cung cấp mẫu của mỗi lô hàng đã gửi trong một chuyến hàng riêng;
- giữ mẫu đại diện của từng lô hàng đã giao trong một khoảng thời gian xác định;
- giữ kết quả thử nghiệm sản phẩm/quy trình trong một khoảng thời gian nhất định;
- cho phép Michelin xác minh toàn bộ hoặc một phần hệ thống quản lý chất lượng tại chỗ của mình, vv...

Michelin sẽ xác định các thông số để đảm bảo rằng những điểm này được áp dụng đúng cách.

Đối với mỗi sản phẩm, Michelin sẽ xác định, cùng với nhà cung cấp, loại tài liệu phải được cung cấp cho mỗi lần giao hàng, nội dung của các tài liệu đó và phương thức truyền tải, ví dụ:

- phiếu giao hàng;
- Chứng chỉ Phân tích (COA), trong đó đặc biệt lưu ý các thông tin sau:
  - nhận diện đơn hàng, lô hàng và sản phẩm
  - số lượng được giao
  - kết quả kiểm nghiệm lô hàng
  - vv...

Michelin xác định danh sách thông tin COA cần thiết trong hợp tác với nhà cung cấp. Những thông tin này có trên: https://purchasing.michelin.com/en/documents. Bao gồm:

- Giấy chứng nhận Tuân thủ;
- đánh dấu sự phù hợp của sản phẩm.

Chất lượng được đánh giá bằng cách sử dụng các chỉ số đo hiệu suất:

- được thiết lập bởi Michelin và nhà cung cấp;
- được theo dõi và báo cáo định kỳ bởi nhà cung cấp.

Michelin có thể tiến hành kiểm toán nội bộ bất cứ lúc nào để xác minh thông tin do nhà cung cấp đưa ra. Việc đưa dữ liệu sai lệch có thể dẫn đến việc chấm dứt quan hệ nhà cung cấp.

4.XỬ LÝ KHIẾU NẠI

Các nhà cung cấp phải xử lý khiếu nại và giải quyết các vấn đề một cách hiệu quả và kịp thời.

Đơn khiếu nại có thể được nộp khi một khiếm khuyết được xác định trên biên lai hoặc trong quá trình sử dụng.

Mỗi khiếu nại đều phải có bằng chứng hỗ trợ và/hoặc tính toán chi phí của sự không phù hợp. Michelin sẽ truyền tải tất cả các thông tin cần thiết để hiểu rõ và giải quyết sự không phù hợp với nhà cung cấp càng nhanh càng tốt.

Đối với mỗi khiếu nại, nhà cung cấp phải tuân thủ các bước trong quá trình giải quyết khiếu nại của Michelin:

- công nhận và xử lý khiếu nại;
- thực hiện hành động thích hợp tùy thuộc vào quyết định được đưa ra liên quan đến sản phẩm;
- cung cấp cho Michelin bằng chứng về:
  - các biện pháp tức thời đã được triển khai để giải quyết các tác động thực tế hoặc tiềm ẩn của sự không phù hợp (cung cấp liên tục, bảo vệ các sản phẩm của Michelin, vv…);

- các nguyên nhân của khiếm khuyết đã được xác định và các biện pháp khắc phục đã được thực hiện;
- việc có thể đảm bảo rằng sự không phù hợp sẽ không tái diễn;
- việc đã đo lường hiệu quả của các biện pháp khắc phục được thực hiện và có thể cung cấp bằng chứng cho thấy sản phẩm bây giờ hoàn toàn tuân thủ.

- giải quyết vấn đề trong khung thời gian yêu cầu.

Trong mọi trường hợp, Michelin có quyền:

- gọi cho nhà cung cấp để thảo luận về kế hoạch cải tiến;
- tính phí nhà cung cấp cho bất kỳ chi phí phát sinh liên quan đến kiểm nghiệm và vận chuyển bổ sung, công việc sửa chữa, phân loại và xử lý chất thải, năng suất bị mất hoặc các thủ tục khác;
- yêu cầu nhà cung cấp, bằng chi phí của riêng mình, đáp ứng các yêu cầu bổ sung để đảm bảo sự phù hợp của sản phẩm. Các yêu cầu này có thể bao gồm xác nhận kế hoạch giám sát, bằng chứng về kết quả, đánh giá về hiệu suất sản phẩm và quy trình, và kiểm tra các biện pháp khắc phục;

5.CẢI TIẾN LIÊN TỤC

Các nhà cung cấp là nguồn cung cấp cho sản xuất hiện tại của Michelin phải xác định một kế hoạch tổng thể cải tiến liên tục và chuyển nó cho Michelin càng nhanh càng tốt.

Các nhà cung cấp này phải chứng minh được rằng họ đang tích cực tham gia vào:

- các chương trình chất lượng tổng thể, để đạt được mục tiêu, cải tiến hữu hiệu về chất lượng;
- các chương trình giảm chi phí;
- theo dõi công nghệ và dự đoán các yêu cầu thay đổi (an toàn, pháp luật, chất lượng, phát triển bền vững, thiết kế sinh thái, vv…).

Các chương trình này có thể chỉ dẫn nhà cung cấp thực hiện các sửa đổi mà có thể có ảnh hưởng đến hiệu suất của các sản phẩm và dịch vụ cung cấp cho Michelin.

Các nhà cung cấp phải thông báo cho Michelin càng sớm càng tốt về bất kỳ kế hoạch nào để:

- sửa đổi các cơ sở hoặc cơ cấu sản xuất của họ;
- sửa đổi các quy trình, dây chuyền sản xuất hoặc máy móc, đầu vào, hệ thống chất lượng hoặc bất kỳ dịch vụ được cung cấp nào của họ.

Thông tin này phải được cung cấp **trước khi** có bất kỳ thay đổi nào có thể ảnh hưởng đến sản phẩm hoặc dịch vụ cung cấp cho Michelin.

Sau khi phân tích rủi ro, Michelin sẽ định rõ thủ tục xác nhận sự đổi mới hoặc sửa đổi với nhà cung cấp.

Michelin có quyền khởi xướng một thủ tục phê duyệt mới nếu thấy rằng việc sửa đổi theo kế hoạch có thể ảnh hưởng đến hiệu suất sản phẩm trong các nhà máy của mình.

Nhà cung cấp và Michelin phải thống nhất về các điều kiện và tiến độ giao hàng đối với các sản phẩm được sản xuất và dịch vụ được cung cấp sau khi có sự thay đổi theo đề xuất. Tất cả các sửa đổi phải được nộp cho Michelin để được chấp thuận trước, kể cả các thay đổi trong việc gia công của nhà cung cấp.

6.QUẢN LÝ NHÀ CUNG CẤP

Michelin theo dõi, giám sát và kiểm tra các nhà cung cấp trên cơ sở thường xuyên, theo mức độ tin tưởng được xây dựng trong mối quan hệ.

Tùy thuộc vào kết quả và trong trường hợp không tuân thủ Nguyên tắc Thu mua, Michelin có quyền xử phạt nhà cung cấp bằng việc:

- giảm mua;
- rút lại phê duyệt sản phẩm (điều này cũng có thể xảy ra trong thời gian không có giao hàng - Michelin xác định ngưỡng kích hoạt bằng sản phẩm);

- loại bỏ nhà cung cấp khỏi danh sách các nhà cung cấp đã được chấp nhận của Michelin.

QUẢN LÝ QUAN HỆ NHÀ CUNG CẤP (SRM)

Các nhóm Thu mua của Tập đoàn tập trung vào việc thiết lập mối quan hệ làm việc tích cực, có chất lượng cao với các nhà cung cấp để xây dựng một chiến lược mua hàng đáp ứng hiệu quả các nhu cầu và thách thức cụ thể của Michelin.

Các yếu tố chính trong chiến lược này là đối thoại, hợp tác, minh bạch, mong muốn cùng nhau phát triển tính linh hoạt và có thái độ trách nhiệm trong các hành động hiện tại và tương lai. Cách tiếp cận Quản lý Quan hệ Nhà cung cấp (SRM) của Michelin được dựa trên những yếu tố chủ chốt này.

Để quản lý mối quan hệ này hiệu quả, chúng tôi đã phân chia các nhà cung cấp thành bốn loại. Các nhóm của chúng tôi phát triển các cấp độ quan hệ khác nhau và có các công cụ cụ thể cho từng loại, như sau:

- **Cấp 1**: Thiết lập mối quan hệ chiến lược đầy đủ dựa trên các dự án đổi mới và/hoặc dự án đối tác.
- **Cấp 2**: Phát triển mối quan hệ kinh doanh để có được lợi thế cạnh tranh cùng có lợi.
- **Cấp 3**: Tối ưu hóa mối quan hệ hiện tại dựa trên sự cải tiến liên tục.
- **Cấp 4**: Theo đuổi mối quan hệ thương mại dựa trên sự tôn trọng các cam kết chung.

Cách tiếp cận hợp tác này được thiết kế để cho phép Michelin và các nhà cung cấp của mình tạo nên và chia sẻ nhiều giá trị hơn bằng cách đưa ra các kế hoạch cải tiến và đo lường các tác động dài hạn.

QUẢN LÝ LIÊN TỤC KINH DOANH (BCM)

Michelin đã phát triển chuyên môn riêng biệt để không ngừng nâng cao khả năng duy trì hoạt động của mình trong trường hợp có khủng hoảng lớn. Trên cơ sở chuyên môn này và trong khuôn khổ mối quan hệ với nhà cung cấp, quy trình Quản lý Liên tục Kinh doanh (BCM) của chúng tôi cũng giải quyết được nguy cơ gián đoạn cung cấp nguyên liệu thô, hàng hóa, thiết bị và dịch vụ sản xuất.

Để nhằm tạo ra giá trị chia sẻ, cách tiếp cận BCM đối với việc thu mua sẽ tập trung vào việc quản lý rủi ro tại nguồn bằng cách khuyến khích các nhà cung cấp tự thực hiện BCM để giảm thiểu tác động của sự cố hoặc khủng hoảng.

Chúng tôi có thể tiến hành kiểm tra BCM để đảm bảo rằng các nhà cung cấp của chúng tôi cũng có kế hoạch kinh doanh liên tục tại chỗ hiệu quả.

CHÍNH SÁCH CSR CỦA CHÚNG TÔI, HÀNH ĐỘNG VÀ TRÁCH NHIỆM CỦA MICHELIN: "TIẾN XA HƠN VỀ PHÍA TRƯỚC" ĐỐI VỚI VIỆC THU MUA

Duy trì các mối quan hệ chất lượng với các nhà cung cấp và các nhà thầu phụ của họ là một phần trong Trách nhiệm Xã hội Doanh nghiệp (CSR) của Michelin.

Michelin đã thực hành thu mua có trách nhiệm với các nhà cung cấp trong nhiều năm bằng cách tích hợp và áp dụng các nguyên tắc phát triển bền vững.

Để thiết lập các mối quan hệ đôi bên cùng có lợi với các nhà cung cấp, chúng tôi yêu cầu họ tuân thủ các nguyên tắc sau về chính sách phát triển bền vững của chúng tôi và áp dụng các nguyên tắc này trong chuỗi cung ứng của chính họ.

Mô tả về các nguyên tắc này và cách Bộ phận Thu mua của Michelin dự định áp dụng các giá trị của Tập đoàn trong quan hệ nhà cung cấp sẽ được trình bày dưới đây. Đối với Tập đoàn, các nhóm thu mua và các nhà cung cấp, "Tiến xa hơn về phía trước" có nghĩa là:

CÁCH LÀM CỤ THỂ ĐỐI VỚI MICHELIN

LẮNG NGHE KHÁCH HÀNG VÀ ĐÁP ỨNG NHU CẦU CỦA HỌ

Các nhà cung cấp giúp chúng tôi đáp ứng được mong đợi của khách hàng bằng cách cung cấp phản hồi chính xác, nhất quán và đáng tin cậy cho nhu cầu của chúng tôi.

ĐÓNG GÓP VÀO HIỆU QUẢ KINH TẾ CỦA TẬP ĐOÀN

Chức năng Thu mua phân tích tổng chi phí sở hữu để có được hiệu suất kinh doanh tốt nhất. Nó tập trung đặc biệt vào việc đảm bảo rằng chất lượng sản phẩm và dịch vụ được cung cấp phù hợp với nhu cầu của Tập đoàn. Cách tiếp cận phân tích chi phí vòng đời cũng có thể được sử dụng để tính toán toàn bộ chi phí phát sinh trong suốt vòng đời của hàng hoá hoặc dịch vụ.

HÒA NHẬP NHUẦN NHUYỄN HOẠT ĐỘNG CỦA CHÚNG TÔI VÀO QUỐC GIA SỞ TẠI VÀ CÁC CỘNG ĐỒNG TRÊN KHẮP THẾ GIỚI

Nguyên tắc PRM: "*Mỗi nhân viên phải hoàn thành trách nhiệm của mình bằng cách phấn đấu để đảm bảo sự hòa nhập cân bằng các hoạt động của chúng tôi trong môi trường kinh tế và xã hội đa dạng đang bao quanh các hoạt động thương mại và công nghiệp của chúng tôi.*" *(Tuyên bố Hành động và Trách nhiệm năm 2011*)

Mặc dù Michelin đã hiện diện trên khắp toàn cầu, nhưng chúng tôi vẫn nỗ lực hết mình để có được nguồn từ các nhà cung cấp địa phương trong lĩnh vực thích hợp, ngoài các nhà cung cấp quốc tế lớn, những người đã đáp ứng các yêu cầu nghiêm ngặt và tuân thủ các nguyên tắc phát triển bền vững của chúng tôi.

LÀM CHO CÔNG VIỆC KINH DOANH CỦA CHÚNG TÔI THÂN THIỆN VỚI MÔI TRƯỜNG HƠN

Nguyên tăc PRM: *"Niềm đam mê đổi mới của chúng tôi cũng đóng góp vào việc cải thiện hiệu suất môi trường của các sản phẩm của chúng tôi. Chúng tôi không ngừng tìm kiếm sự cân bằng tối ưu giữa tiết kiệm nhiên liệu đạt được thông qua hiệu quả năng lượng lốp xe của chúng tôi và giảm sử dụng nguyên liệu thông qua việc kéo dài tuổi thọ lốp xe của chúng tôi, đồng thời cung cấp các sản phẩm an toàn hơn."*

"Trong mỗi cơ sở công nghiệp của chúng tôi, chúng tôi quản lý hiệu suất môi trường của mình để giúp kiểm soát tác động của tất cả các hoạt động của chúng tôi. Chúng tôi đảm bảo tuân thủ quy định của mình." *(Tuyên bố Hành động và Trách nhiệm năm 2011*)

Trong bối cảnh ngày càng khan hiếm nguyên liệu và việc chống biến đổi khí hậu, tính linh hoạt cần phải tiến bộ hơn nữa. Sự tác động đến tài nguyên thiên nhiên, năng lượng, vật liệu và nước có thể được cải thiện thông qua vòng đời của lốp, bằng cách sử dụng phương pháp tiếp cận **kinh tế tuần hoàn**. Đề xuất của Michelin liên quan đến việc huy động đồng thời 4 đòn bẩy hành động trong suốt vòng đời của lốp xe, cung cấp sự kết hợp các giải pháp để thúc đẩy việc sử dụng hiệu quả hơn nguồn tài nguyên. Đây chính là **chiến lược 4R**: **Reduce** (giảm số lượng tài nguyên để đạt được cùng một công dụng bằng cách tìm ra giá trị sử dụng tốt nhất của vật liệu), **Reuse** (sửa chữa, tái xoi rãnh và đắp lại để tiết kiệm nguyên liệu), **Recycle** (các dự án tái chế và tái tạo lốp xe đã qua sử dụng) và **Renew** (tăng tỷ trọng nguyên liệu có thể tái tạo).

Về vấn đề bảo vệ môi trường và hạn chế rủi ro môi trường trong toàn bộ chuỗi cung ứng, chúng tôi hy vọng rằng các nhà cung cấp và các nhà thầu phụ của chúng tôi:

- tuân thủ các tiêu chuẩn và các quy định có hiệu lực ở nước sở tại của họ, cũng như tuân thủ các tiêu chuẩn tương ứng với các tiêu chuẩn nghiêm ngặt của Michelin đối với các dự án nhất định hoặc một số khu vực nhất định;
- thực hiện hệ thống quản lý môi trường để cho phép họ đo được bất kỳ tác động môi trường tiêu cực nào từ các hoạt động của họ.
- giảm thiểu và quản lý có hiệu quả chất thải, các chất nguy hiểm/độc hại và bao bì trong suốt vòng đời của sản phẩm.

Lưu ý: Tất cả các nhà cung cấp làm việc với các chất hoá học ở Châu Âu phải tuân thủ quy định của REACH và đáp ứng các nghĩa vụ pháp lý liên quan đến truy xuất và khai báo nguồn gốc.

- giảm sản xuất khí nhà kính;
- bảo tồn tài nguyên thiên nhiên, hệ sinh thái và đa dạng sinh học;
- phát triển các sản phẩm và dịch vụ có tác động môi trường thấp để giảm tác động của chúng trong suốt vòng đời, đồng thời duy trì và/hoặc nâng cao chất lượng;
- phối hợp với các phân tích vòng đời do Michelin tiến hành.

Những cách tiếp cận này sẽ bao gồm không chỉ các hoạt động của nhà cung cấp, mà nhà cung cấp còn phải cam kết thúc đẩy những thực tiễn tốt này đến các nhà cung cấp của chính mình. Việc giảm lượng khí thải CO2 liên quan đến vận chuyển từ hoặc đến các cơ sở của nhà cung cấp sẽ cần phải được chú ý đặc biệt.

THIẾT LẬP MỐI QUAN HỆ TRUNG THỰC VÀ LIÊM CHÍNH VỚI CÁC NHÀ CUNG CẤP CỦA CHÚNG TÔI

Nguyên tắc PRM: *"Chúng tôi thiết lập mối quan hệ trung thực với các đối tác công nghiệp và thương mại của chúng tôi, đặc biệt là với các nhà cung cấp, dựa trên các điều kiện hợp đồng hợp lý và nhắm vào sự cân bằng tốt nhất có thể giữa việc cải thiện kết quả và thiết lập quan hệ đối tác lâu dài của chúng tôi." (Tuyên bố Hành động và Trách nhiệm năm 2011*)

Michelin cam kết xây dựng mối quan hệ trung thực và liêm chính với tất cả các nhà cung cấp.

Chúng tôi mong muốn các nhà cung cấp:

- hoạt động minh bạch và phù hợp với luật pháp liên quan đến cạnh tranh;
- chống lại tất cả các loại tham nhũng;
- hứa bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ;
- đảm bảo tính bí mật của tất cả các thông tin được trao đổi.

Michelin có thái độ trách nhiệm đối với các nhà cung cấp của mình bằng cách thanh toán các hoá đơn theo luật pháp và các quy định của các quốc gia mà Tập đoàn hoạt động và tôn trọng các quy định này một cách nghiêm túc và chân thành.

CAM KẾT THU MUA CÓ TRÁCH NHIỆM

Khoáng sản có nguồn gốc từ các khu vực bị ảnh hưởng bởi xung đột

Michelin tuân thủ các yêu cầu của luật Dodd-Frank và Đạo luật Bảo vệ Người tiêu dùng đòi hỏi tính minh bạch cao hơn đối với các khoáng sản được sử dụng.

Các quy tắc yêu cầu công bố thông tin liệu sản phẩm nhất định có chứa "khoáng sản xung đột" là cần thiết cho "hoạt động hay sản xuất" sản phẩm đó hay không.

Thuật ngữ "**khoáng sản xung đột**" dùng để chỉ **vàng**, cũng như các loại **thiếc, tantali** và **wolfram** ("3T&G"), các chất dẫn xuất của cassiterit, columbite-tantalite và wolframite, bất kể chúng được bắt nguồn, chế biến hay bán ra từ đâu. Mục đích của các yêu cầu này là để đẩy mạnh mục tiêu nhân đạo nhằm kết thúc cuộc xung đột bạo lực tại Cộng hòa Dân chủ Congo (DRC) và các quốc gia xung quanh, đã được tài trợ một phần bởi việc khai thác và buôn bán "khoáng sản xung đột".

Để tuân thủ các yêu cầu này và để kiểm tra nguồn gốc của các khoáng sản này trong chuỗi cung ứng của chúng tôi, chúng tôi yêu cầu các nhà cung cấp và nhà thầu phụ của chúng tôi điền vào **Mẫu Báo cáo Khoáng sản Xung đột**.

ĐÓNG GÓP VÀO VIỆC QUẢN LÝ CÔNG NGHIỆP CAO SU TỰ NHIÊN CÓ TRÁCH NHIỆM VÀ BỀN VỮNG

Là một nhà sản xuất và chế biến cao su thiên nhiên, Michelin tôn trọng và cam kết thúc đẩy **năm cam kết** được liệt kê trong Nguyên tắc Thu mua của Michelin trong lĩnh vực cao su tự nhiên.

Tôn trọng mọi người

- Khuyến khích giải quyết xung đột liên quan đến sở hữu đất.
- Cải thiện điều kiện làm việc và điều kiện sống.

Bảo vệ môi trường

- Chống nạn phá rừng.
- Kiểm soát tác động tiềm tàng của các hoạt động trồng cao su đối với hệ động vật, thực vật và môi trường địa phương.

Cải thiện thực hành nông nghiệp

- Thúc đẩy thực hành nông nghiệp tốt nhất với các nhà cung cấp, các tổ chức nghề nghiệp, các hợp tác xã địa phương hoặc các nhóm người trồng trọt.

- Thực hiện hành động để tăng sản lượng nông nghiệp.

Sử dụng tài nguyên thiên nhiên một cách thận trọng

- Nâng cao hiệu suất vật liệu của cao su tự nhiên.

Quản trị tốt

- Chống tất cả các hình thức tham nhũng.
- Tiến hành đối thoại với các bên liên quan trong nước hoặc quốc tế để đóng góp vào sự phát triển bền vững của ngành công nghiệp cao su tự nhiên.
- Hành động minh bạch.

Do tác động môi trường và xã hội, cao su thiên nhiên là đối tượng của cách tiếp cận cụ thể.

Được soạn thảo với sự hỗ trợ của tất cả các bên liên quan, đặc biệt là các tổ chức phi chính phủ chuyên về bảo vệ môi trường và nhân quyền, chính sách Cao su Thiên nhiên Bền vững được chính thức hoá vào năm 2016 và là tài liệu tham khảo ràng buộc theo hợp đồng cho các nhà cung cấp của Tập đoàn. Tài liệu này, có thể được tải về từ trang thu mua của Tập đoàn (purchase.michelin.com) nêu rõ các điều kiện cụ thể để sản xuất cao su, cả từ quan điểm về môi trường (không phá rừng, bảo vệ khu vực có HCV (Giá trị bảo tồn cao) và HCS (Trữ lượng carbon cao), cũng như vùng than bùn) và từ quan điểm xã hội và nhân quyền (điều kiện làm việc và sự đồng ý trước của cộng đồng liên quan, sự hiểu biết đầy đủ về sự thật, vv…). Chúng tôi khuyến khích tất cả những người tham gia trong chuỗi cung ứng thông qua việc thực hành xã hội và môi trường có trách nhiệm để duy trì động lực đạo đức trong sản xuất cao su.

Văn bản đầy đủ các tài liệu của Michelin trong lĩnh vực cao su thiên nhiên hiện có trên https://purchasing.michelin.com/en/document-area/

Đối với Tập đoàn, các nhóm thu mua và các nhà cung cấp, "Tiến xa hơn về phía trước" cũng có nghĩa là:

VĂN HÓA ĐỘC ĐÁO

Văn hoá của chúng tôi là một lợi thế cạnh tranh và một thế mạnh chính mà các nhà cung

TÔN TRỌNG MỌI NGƯỜI

Chúng tôi hy vọng các nhà cung cấp và các nhà thầu phụ của chúng tôi tuân thủ:

- các tiêu chuẩn quốc tế, đặc biệt là Tuyên ngôn Thế giới về Quyền con người, Hiệp ước Toàn cầu của Liên hợp quốc, các hướng dẫn của OECD và các nguyên tắc chỉ đạo của LHQ liên quan đến các tập đoàn và nhân quyền,
- các quy định pháp luật và điều khoản của luật lao động hiện hành trong nước (thù lao, giờ làm việc, tự do hội họp...),
- các công ước của Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO) đặc biệt là lao động trẻ em, lao động cưỡng bức và không bị phân biệt đối xử;
- nguyên tắc tôn trọng chân giá trị con người thông qua các điều kiện làm việc có thể chấp nhận;
- quy tắc an toàn áp dụng cho các cơ sở hoạt động của Michelin. Về mặt này, nhà cung cấp phải thông báo bất kỳ sự bất thường nào được quan sát thấy cho Giám đốc Tập đoàn Michelin của cơ sở được đề cập.

THÚC ĐẨY ĐỔI MỚI

Nguyên tắc RM: *"Giữ một tâm trí cởi mở và phấn đấu để đổi mới. Khi chất lượng là nền tảng của thương hiệu, sự đổi mới làm cho nó trở nên độc nhất." (Tuyên bố Hành động và Trách nhiệm năm 2011*)

Đổi mới luôn là trọng tâm trong chiến lược của Michelin. Chúng tôi đã đóng một vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy ngành công nghiệp và thị trường của chúng tôi tiến lên phía trước bằng cách dẫn đường và cung cấp các sáng kiến hữu ích cho khách hàng và phù hợp với những thay đổi của xã hội.

Quá trình đổi mới cởi mở và hợp tác của Michelin liên quan đến cả nguồn lực nội bộ và hệ sinh thái sáng tạo của nó, bao gồm cả các nhà cung cấp.

Khuyến khích sự đổi mới giữa các nhà cung cấp của chúng tôi để cùng nhau tạo ra giá trị là một phần trong sứ mệnh của Bộ phận thu mua.

LÀM CHO LIÊN TỤC TIẾN BỘ

Michelin làm việc với các nhà cung cấp để tuân thủ các tiêu chuẩn chất lượng, chi phí và độ tin cậy của mình và cam kết không ngừng nâng cao quyền con người và hiệu suất môi trường. Nói rộng hơn, các nhà cung cấp được hỗ trợ trong việc phát triển kế hoạch cải tiến để nâng cao giá trị sản phẩm và dịch vụ của họ.

Chúng tôi luôn theo dõi chặt chẽ các nhà cung cấp của chúng tôi thông qua các **đánh giá về hiệu suất, bao gồm trong lĩnh vực Trách nhiệm Xã hội của Doanh nghiệp (CSR**). Các nhà cung cấp chính của chúng tôi cam kết xác định các mục tiêu cụ thể trong các lĩnh vực này để đảm bảo họ có được thông tin cần thiết để đánh giá và triển khai các biện pháp khắc phục cần thiết. Họ cũng ủy quyền cho Michelin và các đại diện chính thức của Michelin tiến hành kiểm tra tại chỗ.

Michelin đã đánh giá hiệu suất CSR của các nhà cung cấp chính từ năm 2012.

Ngoài việc kiểm tra chất lượng, chúng tôi đo mức độ trưởng thành CSR của các nhà cung cấp với sự trợ giúp của một công ty đánh giá CSR. Việc đánh giá này, diễn ra sau khi phân tích rủi ro, được thực hiện bằng một bảng câu hỏi trực tuyến do nhà cung cấp điền vào.

Phân tích điểm mạnh và điểm yếu bao gồm các vấn đề về môi trường, xã hội và đạo đức có thể dẫn đến việc triển khai các kế hoạch hành động hoặc, tùy thuộc vào mức độ khẩn cấp, tập trung kiểm tra tại chỗ nhiều hơn.

Như một phần của cách tiếp cận tiến bộ CSR liên tục, Michelin đang ngày càng tăng thêm đầu tư vào công nghệ kỹ thuật số để phát triển mới các công cụ sáng tạo nhằm hỗ trợ trách nhiệm doanh nghiệp và chiến lược phát triển bền vững.

Michelin theo dõi chặt chẽ và quản lý toàn bộ hiệu suất thu mua bền vững và cam kết công bố kết quả đánh giá CSR của các nhà cung cấp.

CÓ TẦM NHÌN DÀI HẠN

Michelin xây dựng mối quan hệ đối tác lâu dài với các nhà cung cấp của mình như là một phần của Quản lý Quan hệ Nhà cung cấp (SRM). Chúng tôi muốn các mối quan hệ nhà cung cấp của chúng tôi là công bằng và vì lợi ích cao nhất của tất cả các bên liên quan.

ĐÁNH GIÁ HIỆU SUẤT

Michelin định kỳ tổ chức các cuộc họp đánh giá hiệu suất với các nhà cung cấp chính của mình.

Tần suất và chương trình nghị sự của các cuộc họp này được xác định trong thỏa thuận với nhà cung cấp.

Các cuộc họp này được thiết kế để:

- xem xét tình hình và ký tắt vào:
  - báo cáo kết quả hoạt động của nhà cung cấp. Báo cáo thực tế và toàn diện này bao gồm chất lượng, hiệu quả trong việc đáp ứng các cam kết, khả năng cạnh tranh của sản phẩm cung cấp, cam kết thúc đẩy sự tiến bộ, đổi mới và tạo ra giá trị, trách nhiệm xã hội doanh nghiệp và quản lý liên tục kinh doanh;
  - kế hoạch cải tiến liên tục, với mục tiêu và thời hạn đã được xác định;
  - đánh giá của nhà cung cấp về chất lượng quan hệ với Michelin trong điều khoản thanh toán, quản lý mối quan hệ nhà cung cấp, quản lý chuỗi cung ứng, vv...
- thống nhất tầm nhìn trong mối quan hệ kỹ thuật và thương mại của chúng tôi.

PHẦN KẾT LUẬN

Michelin hoạt động ở nhiều quốc gia, đại diện cho nhiều hệ thống văn hoá, pháp luật và chính trị.

Quy tắc cơ bản cho Công ty và mỗi nhân viên là phải tuân thủ luật pháp và các quy định của nước sở tại và phải đi theo các giá trị và nguyên tắc được chính thức hoá trong **Tuyên bố Hành động và Trách nhiệm của Michelin: "Tiến xa hơn về phía trước**".

Các hướng dẫn được trình bày trong tài liệu này có thể không phù hợp chính xác với luật pháp và tập quán của mỗi nước chủ nhà. Khi các tiêu chuẩn được quy định bởi luật pháp địa phương nghiêm ngặt hơn các tiêu chuẩn được nêu trong Nguyên tắc Thu mua của Michelin, các tiêu chuẩn địa phương sẽ được áp dụng.

Ngược lại, khi các tiêu chuẩn trong Nguyên tắc Thu mua của Michelin đòi hỏi nhiều hơn, chúng sẽ được áp dụng.

Các nhà cung cấp của Michelin hiểu rằng việc tuân thủ các nguyên tắc và hướng dẫn mô tả trong tài liệu này là một phần quan trọng trong mối quan hệ thương mại của chúng tôi và cam kết áp dụng chúng hoặc triển khai một quy trình cải tiến để đạt được sự tuân thủ. **Trong trường hợp một nhà cung cấp không áp dụng các nguyên tắc và hướng dẫn này bất kể các cảnh báo đã được lặp đi lặp lại, Tập đoàn sẽ chấm dứt mối quan hệ thương mại**.

Lưu ý: Nguyên tắc Thu mua được xuất bản với 12 ngôn ngữ, có thể áp dụng ở cấp độ trên toàn thế giới và thường xuyên được sửa đổi.

PHỤ LỤC

QUY TRÌNH PHÊ DUYỆT CHẤT LƯỢNG – SẢN PHẨM

Tùy thuộc vào mức độ rủi ro về chất lượng, Michelin phê duyệt sản phẩm cho một hoặc nhiều cơ sở.

Để có được sự chấp thuận, nhà cung cấp phải chứng minh rằng họ có thể cung cấp, với giá tốt nhất, một sản phẩm phù hợp với các tiêu chuẩn kỹ thuật của Michelin về chất lượng, số lượng, thời hạn, các dịch vụ liên quan và khả năng lặp lại.

Các sản phẩm được phê duyệt phải:

- được mô tả bằng các thông số kỹ thuật của Michelin;
- được sản xuất bằng cách sử dụng quy trình, dây chuyền sản xuất hoặc máy móc đã xác định;
- được sản xuất tại một cơ sở cụ thể.

Sau đây, từ "sản phẩm" dùng để chỉ ba thành phần (sản phẩm, quy trình và cơ sở).

1.YÊU CẦU PHÊ DUYỆT SẢN PHẨM

Để bắt đầu quá trình phê duyệt, nhà cung cấp phải:

- **đáp ứng các yêu cầu và các ràng buộc pháp lý và quy định** của quốc gia nơi đến liên quan đến nội dung và việc sử dụng sản phẩm đã được cung cấp (ví dụ như REACH(1), Chỉ thị về các chất hoá học trong các sản phẩm được bán ở Liên minh Châu Âu, vv...);
- **đồng ý và ký vào các tiêu chuẩn kỹ thuật của Michelin** (thông số kỹ thuật và, nếu cần thiết, bất kỳ yêu cầu nào được nêu rõ liên quan đến nhận dạng, truy xuất, bảo quản, đóng gói, vận chuyển, giao hàng, xử lý, vv...). Michelin và nhà cung cấp phải đồng ý về các phương pháp đo lường sẽ được sử dụng;
- **cung cấp, theo các ngôn ngữ được quy định, các thông tin về sức khoẻ và an toàn** theo yêu cầu của pháp luật và các quy định của quốc gia nơi đến. Thông tin này phải được xác nhận bởi Michelin trước khi sản phẩm có thể được sử dụng;
- **mô tả và cung cấp thông tin về các đặc tính sản phẩm không được quy định** bởi Michelin nếu nhà cung cấp cảm thấy những đặc tính này là cần thiết cho việc sử dụng cụ thể hoặc thấy trước được của sản phẩm.

Nếu cần thiết, Michelin cũng có thể yêu cầu nhà cung cấp:

- **cung cấp thông tin bổ sung** (bao gồm trong bảng câu hỏi kiểm tra nhà cung cấp) về:
  - việc thiết kế và phát triển.
  - việc quản lý của nhà cung cấp.
  - quy trình sản xuất và tính chắc chắn của chúng.
  - nguồn sản xuất, bảo quản, lưu trữ, đóng gói và vận chuyển.
  - các hệ thống xác định và truy xuất nguồn gốc.
  - các nguồn thông tin liên lạc (bao gồm cả xử lý đơn đặt hàng EDI(2) và dịch vụ)
  - tái chế, xử lý và tiêu hủy vật liệu.
- **chứng minh việc kiểm soát hiệu quả về**:
  - các quy trình sản xuất của mình (kết quả FMECA(3), quy trình sản xuất, năng lực quy trình: Cp, Cpk(4)).
  - chất lượng sản phẩm được sản xuất, lưu kho và cung cấp (quản lý sự phù hợp của sản phẩm: kế hoạch giám sát, năng lực sản phẩm, chất lượng đo lường, vv…)
  - các sản phẩm đầu vào và thuê ngoài.
  - quản lý chuỗi cung ứng và sản xuất
- **chứng minh khả năng của mình trong quản lý**:
  - rủi ro liên tục kinh doanh (khả năng cung cấp nhu cầu cụ thể, nhu cầu đặc biệt và nhu cầu khẩn cấp)
  - đặc tính sản phẩm đặc biệt.
  - sự không phù hợp và khiếu nại.
  - việc sửa đổi.
- **được Chứng nhận ISO 9001, chứng nhận ISO 14001 phải là một phần của phạm vi phát triển, được cung cấp bởi nhà cung cấp**.

Michelin bảo lưu quyền tiến hành kiểm tra kỹ thuật hoặc kiểm toán bất kỳ hoặc tất cả các yêu cầu đã nêu, tùy thuộc vào mức độ rủi ro của sản phẩm và hiểu biết của Michelin về nhà cung cấp.

Các kết quả trên sẽ xác định xem quá trình phê duyệt sản phẩm có tiếp tục hay không.

(1) Đăng ký, Đánh giá, Cấp phép và Hạn chế các Chất hoá học (EC 1907/2006).
(2) Trao đổi dữ liệu điện tử.
(3) Phân tích Cách thức sai lỗi, Hậu quả và Mức độ rủi ro.

(4) Năng lực quy trình và Chỉ số năng lực quy trình.

2.QUY TRÌNH PHÊ DUYỆT SẢN PHẨM

Tùy thuộc vào thông tin được trình bày bởi nhà cung cấp và mức độ rủi ro của sản phẩm, Michelin thiết lập một giao thức phê duyệt để xác định:

- số lượng và phân loại bước triển khai;
- số lượng sản phẩm được cung cấp theo từng giai đoạn và các cơ sở Michelin có liên quan;
- danh sách các dữ liệu về quản trị, chuỗi cung ứng và kỹ thuật do nhà cung cấp đưa ra;
- mức độ hiệu suất cần thiết để phê duyệt, liên quan đến sản phẩm:
  - tính chất nội tại (liên quan đến đặc điểm kỹ thuật)
  - hành vi trong quá trình sản xuất của Michelin.
  - khả năng đáp ứng nhu cầu của Michelin..

Ngoài ra, Michelin và nhà cung cấp của mình phải đồng ý về:

- định nghĩa, nhận dạng và truy xuất nguồn gốc lô hàng;
- các bản ghi chất lượng và kết quả kiểm tra việc tuân thủ đối với các sản phẩm được cung cấp.

Michelin chịu trách nhiệm triển khai các nguồn lực cần thiết để thực hiện và hoàn thiện quy trình phê duyệt sản phẩm một cách kịp thời.

Khi Michelin đã xác định rằng tất cả các yêu cầu về kỹ thuật, chuỗi cung ứng, thương mại và truyền thông đều được đáp ứng, Michelin sẽ cho phép chấp nhận sản phẩm.

Sự chấp thuận này có thể được sửa lại nếu Michelin quyết định mở rộng phạm vi sử dụng hoặc nếu nhà cung cấp có sự thay đổi.

Trong trường hợp này, việc phân tích rủi ro sẽ được tiến hành, đặc biệt là để xác định sự tuân thủ các ràng buộc pháp lý và quy định tại nước sở tại và bất kỳ đặc điểm cụ thể nào của việc sản xuất tại địa phương.

TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ CSR

Hệ phương pháp được sử dụng dựa trên các tiêu chuẩn CSR quốc tế, như đã được nêu trong Hiệp ước Toàn cầu và ISO 26000. Nó được chia thành bốn chủ đề cốt lõi. Chỉ có các tiêu chí dành riêng cho các vấn đề phát sinh từ hoạt động của nhà cung cấp là được giữ lại.

MÔI TRƯỜNG

QUY TRÌNH
Năng lượng & CO_2
Nước
Đa dạng sinh học
Ô nhiễm cục bộ
Vật liệu & chất thải

CÁC SẢN PHẨM
Sử dụng và xử lý khi hết tuổi thọ
Sức khoẻ và sự an toàn của khách hàng

XÃ HỘI

Sức khỏe và an toàn
Điều kiện làm việc

Đối thoại xã hội
Đào tạo và quản lý nghề nghiệp

Lao động trẻ em
Không phân biệt đối xử
Quyền cơ bản

ĐẠO ĐỨC

Tham nhũng
Hành vi chống cạnh tranh
Tiếp thị có trách nhiệm

CÁC NHÀ CUNG CẤP

Hiệu suất môi trường và xã hội của nhà cung cấp

TỔ CHỨC THU MUA CỦA MICHELIN

Mạng lưới toàn cầu, với các đại diện tại hơn 27 quốc gia.

4 LĨNH VỰC THU MUA

- Nguyên liệu
- Cao su tự nhiên
- Thu mua công nghiệp
- Dịch vụ

4 KHU VỰC

- Châu Âu
- Bắc Mỹ
- Nam Mỹ
- Châu Á-Thái Bình Dương

ĐỂ TÌM HIỂU THÊM VỀ

- Tuyên bố Hành động và Trách nhiệm của Michelin: "Tiến xa hơn về phía trước": www.michelin.com/corporate
- Hướng dẫn nhà cung cấp (Chất lượng, điều khoản và điều kiện thu mua, vv…): www.michelin.com/purchasing

Bộ phận thu mua của Tập đoàn Michelin
23, place des Carmes-Déchaux
63040 Clermont-Ferrand Cedex 9 – Cộng hòa Pháp
+33 (0)4 73 32 20 00