

บริษัท ทีทีเค เอเชีย ทรานสปอร์ต (ไทยแลนด์) จำกัด

(คำแปล)

นโยบายการกำกับดูแลการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกฎหมายการแข่งขัน

I. วัตถุประสงค์ของนโยบาย

“บริษัทจะปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการต่อต้านการคอร์รัปชัน การต่อต้านการผูกขาด และการแข่งขัน กฎหมายและกฎระเบียบเกี่ยวกับการค้า”

เพื่อให้ประสิทธิผลอันพึงควรของพันธกิจตามประมวลจริยบรรณและจริยธรรมของกลุ่มบริษัทโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย บริษัทต้องทำความเข้าใจกฎหมายแข่งขันที่บังคับใช้ ทั้งระดับภายในประเทศและระดับระหว่างประเทศ และปฏิบัติตามกฎหมายเหล่านั้น

ธรรมเนียมปฏิบัติภายในวงการอุตสาหกรรมซึ่งท่านอาจเห็นว่ายอมรับได้ ไม่ได้หมายความว่า ธรรมเนียมเหล่านั้นสอดคล้องกับกฎหมายแข่งขันเสมอไป

นโยบายนี้วางแนวทางทั่วไปในเรื่องพื้นฐานของกฎหมายแข่งขันทั่วโลกให้แก่บุคลากรของบริษัท

II. การปรับใช้และขอบเขต

นโยบายนี้ใช้แก่บุคลากรทุกคนของบริษัท หากข้อกำหนดในนโยบายนี้ขัดแย้งหรือไม่สอดคล้องกับกฎหมายภายในประเทศ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องนั้นต้องปรับใช้มาตรฐานขั้นสูงสุดที่สอดคล้องกับกฎหมายภายในประเทศดังกล่าว

หากท่านตระหนักถึงความเป็นไปได้ของการฝ่าฝืนนโยบายนี้หรือมีข้อกังวลเกี่ยวกับการกระทำในอดีตหรือที่กำลังจะดำเนินการ โดยบุคลากรท่านใด โปรดติดต่อ ผู้บริหารระดับสูง โดยทันทีและปฏิบัติตามคำแนะนำ ดังกล่าว

III. คำนิยามที่สำคัญ

คำ	นิยาม
การตกลงร่วมกัน	การร่วมมือ ระหว่างบริษัทกับคู่แข่งในเรื่องต่างๆ ครอบคลุมถึงข้อห้ามร้ายแรง เช่น การกำหนดราคา ส่วนแบ่งตลาด และการจำกัดปริมาณสินค้าที่จะผลิตหรือจำหน่าย
คู่แข่ง	บุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลซึ่งจำหน่ายหรือมีความสามารถในการจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการชนิดเดียวกันหรือคล้ายกับสินค้าหรือบริการของบริษัทในตลาดเดียวกัน หรือซึ่งจัดหาหรือมีความสามารถในการจัดหาสินค้าหรือบริการชนิดเดียวกันหรือคล้ายกับสินค้าหรือบริการของบริษัทในตลาดเดียวกัน

IV. บทสรุปผู้บริหาร

- ห้ามมิให้ทำข้อตกลงทุกกรณีกับคู่แข่งที่จำกัดการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรมต่อผู้ประกอบการธุรกิจอื่นในตลาด รวมถึงตัวอย่างดังต่อไปนี้
 - การกำหนดราคา

- การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการค้าที่ละเอียดอ่อน
 - การแบ่งท้องที่หรือแบ่งลูกค้า
 - การแบ่งโควตาการผลิต จัดหา และการจำหน่าย
 - การสมยอมกันในการเสนอราคา และ
 - การร่วมกันคว่ำบาตร
- ท่านต้องไม่ติดต่อกับคู่แข่งเกี่ยวกับเรื่องที่กำลังถึงข้างต้น รวมถึงไม่ทำการแบ่งปันข้อมูลสำคัญที่มีส่วนในการกำหนดราคา หรือข้อมูลทางการค้าอื่นที่ละเอียดอ่อนหรือเป็นข้อมูลที่เป็นความลับ
 - ในความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับผู้จัดหาและผู้จัดจำหน่าย/ตัวแทนจำหน่าย ข้อตกลงที่มีข้อความจำกัดการแข่งขัน (เกี่ยวกับท้องที่หรือการผูกขาดสินค้า) อาจได้รับอนุญาตในบางกรณี การกำหนดราคาขายต่อ (Resale Price Maintenance) หรือ RPM ห้ามกระทำอย่างเด็ดขาด
 - ในตลาดซึ่งบริษัทมีอำนาจเหนือตลาด (ขึ้นอยู่กับท้องที่ โดยอาจสันนิษฐานได้ในกรณีที่บริษัทมีส่วนแบ่งตลาด 50% หรือมากกว่า แม้ว่ามีส่วนแบ่งตลาดเพียง 35% ก็อาจถือเป็นข้อบ่งชี้ถึงอำนาจเหนือตลาด) บริษัทมีความรับผิดชอบที่จะไม่ใช้อำนาจดังกล่าวโดยมิชอบในการกำจัดหรือก่อให้เกิดความเสียหายแก่คู่แข่ง โดยการปรับใช้แนวปฏิบัติในการต่อต้านการแข่งขัน

V. การปฏิบัติตามข้อกำหนด

1. ภาพรวม

กฎหมายการแข่งขันทางการค้าส่งเสริมและแสวงหาความมั่นใจและการรักษาไว้ซึ่งการแข่งขันที่เป็นธรรมในตลาดสินค้า โดยมีสองสิ่งสำคัญที่คำนึงถึง ได้แก่

- การป้องกันพฤติกรรมกีดกันทางการแข่งขันระหว่างคู่แข่ง (เช่น การกำหนดราคา) และระหว่างผู้จัดหากับตัวแทนจำหน่าย (เช่น การกำหนดราคาขายต่อ) และ
- การใช้อำนาจเหนือตลาดโดยมิชอบ

ไม่ว่าข้อตกลงดังกล่าวอาจเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ เป็นลายลักษณ์อักษรหรือด้วยวาจา แม้ว่าเป็นเพียงความเข้าใจอย่างไม่เป็นทางการก็เพียงพอที่จะเป็นพยานหลักฐานของความมีอยู่ของการป้องกันพฤติกรรมกีดกันทางการแข่งขันระหว่างคู่แข่ง

2. การติดต่อกับคู่แข่ง

ท่านอาจมีการติดต่อกับคู่แข่งเป็นประจำผ่านการประชุมในองค์กรวิชาชีพ สมาคมอุตสาหกรรม หรืองานพิธีและงานสังคม การติดต่อปฏิสัมพันธ์กับคู่แข่งเช่นนี้ทำให้ท่านมีความเสี่ยงเป็นอย่างมากที่จะละเมิดกฎหมายการแข่งขันโดยไม่ได้ตั้งใจ

(1) การรวมกลุ่มเพื่อครอบงำตลาดและการทำสัญญาต้องห้าม

ก. การกำหนดราคา

ข้อตกลงกับคู่แข่งกันที่มุ่งหมายกำหนดราคาหรือส่วนประกอบของราคา (เช่น การลดราคา ส่วนลด คอกเบี้ย ค่าใช้จ่าย เงินเดือน ฯลฯ) หรือข้อตกลงหรือเงื่อนไขการขายอื่น (เช่น การค้าประกัน เงื่อนไขการชำระเงิน เงื่อนไขการส่งมอบ ฯลฯ) ส่วนแต่ต้องห้ามอย่างเคร่งครัด โดยในทางปฏิบัติ ให้ใช้กฎข้อห้ามดังต่อไปนี้ตลอดเวลา

- ห้ามตกลงกับคู่แข่งกันหรือเปิดเผยต่อคู่แข่งกันเรื่องราคาขั้นต่ำหรือเป้าหมายราคา ส่วนต่างกำไร หรือเงื่อนไขการขายอื่น เช่น ส่วนลด เงินคืน และระยะเวลาการให้สินเชื่อหรือการชำระเงินให้คู่แข่งกันทราบ
- ห้ามร่วมมือกับคู่แข่งกันในการขึ้นราคาหรือลดราคา
- ห้ามหารือกับคู่แข่งกันเรื่องราคา
- ห้ามเข้าร่วมการประชุมกับคู่แข่งกันเกี่ยวกับการหาหรือเรื่องราคา

ข. การจำกัดการผลิตและสินค้า

ข้อตกลงกับคู่แข่งกันที่มุ่งหมายให้มีผลต่อปริมาณการผลิตหรือปริมาณการขายของฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดถือเป็น การรวมกลุ่มเพื่อครอบงำตลาด กฎข้อห้ามเหล่านี้บังคับใช้กับการรวมกลุ่มเพื่อครอบงำตลาด

- ห้ามตกลงกับคู่แข่งกันหรือเปิดเผยให้คู่แข่งกันทราบเกี่ยวกับปริมาณการผลิตหรือปริมาณการขาย
- ห้ามร่วมมือกับคู่แข่งกันในการเพิ่มหรือลดปริมาณ

(2) การแบ่งตลาด

การตกลงระหว่างคู่แข่งกันในการแบ่งตลาดทางภูมิศาสตร์หรือตลาดการผลิต ท้องที่การขายหรือลูกค้าเป็นสิ่ง ต้องห้ามอย่างเคร่งครัด รวมถึงข้อตกลงไม่ล่วงล้ำ (non-poaching agreement) กับคู่แข่งกันเพื่อไม่ให้มีการแย่งชิงลูกค้าของแต่ละฝ่าย หรือข้อตกลงที่จะไม่แย่งลูกค้าของอีกฝ่าย การกำหนดส่วนแบ่งโดยคู่แข่งกันตกลงกันเกี่ยวกับปริมาณของสินค้าหรือบริการที่จะขายหรือส่วนแบ่งตลาดที่จะรักษาไว้ ก็เป็นสิ่ง ต้องห้าม

(3) การสมยอมกันในการเสนอราคา

การสมยอมกันในการเสนอราคาเป็นเรื่องการละเมิดอย่างร้ายแรง ท่านต้องไม่เข้าจัดการ หาหรือ หรือทำ ความเข้าใจกับคู่แข่งกันเกี่ยวกับ

- ราคาหรือระยะเวลาและเงื่อนไขที่จะส่งในการเสนอราคา
- ท่านหรือคู่แข่งกันของท่านจะเสนอราคาหรือไม่
- คู่แข่งขันคนใดที่ต้องการให้ชนะการเสนอราคา

หากคู่แข่งติดต่อท่านในเรื่องการเสนอราคา โดยปกติท่านต้อง

- ไม่เปิดเผยว่าท่านจะเข้าร่วมการเสนอราคาหรือไม่
- ไม่เปิดเผยข้อมูลใดๆ เกี่ยวกับราคา ค่าใช้จ่าย ผู้จัดหา หรือเงื่อนไขสำคัญใดๆ ที่ลูกค้าระบุ
- อธิบายว่าการสอบถามนี้เป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม และ
- บันทึกสิ่งที่หารือกันและแจ้งให้ หน่วยงานทรัพยากรบุคคล ทราบทันที

อาจมีกรณีที่เป็นการขบถด้วยกฎหมาย ที่คู่แข่งจะหารือกันเกี่ยวกับการเสนอราคา แต่เนื่องจาก การติดต่อกับคู่แข่งเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน ท่านจึงควรหารือกับ ผู้บริหารระดับสูง ก่อนเสมอ

(4) การร่วมกันคว่ำบาตร

การกำหนดใดๆ กับบุคคลที่สาม (รวมถึงคู่แข่ง ลูกค้า และคู่ค้า) ร่วมกันปฏิเสธการขายต่อลูกค้าหรือลูกค้าบางราย หรือกลุ่มลูกค้า หรือต่อการติดต่อกับคู่ค้าโดยเฉพาะเจาะจง เป็นสิ่งต้องห้ามอย่างเด็ดขาด

(5) หัวข้อหรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่ง

โปรแกรมระดับวงจรเข้าร่วมประชุมของสมาคมธุรกิจ การแสดงสินค้า การประชุมกับลูกค้า และงานที่ไม่เป็นทางการ/งานสังคมที่มีการติดต่อกับคู่แข่ง กิจกรรมดังต่อไปนี้ที่กำกับคู่แข่งซึ่งโดยทั่วไปสามารถกระทำได้

- การณรงค์ทั่วไปเพื่อประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมายของวงการอุตสาหกรรมในเรื่องหนึ่งเรื่องใดเป็นการเฉพาะเจาะจง
- การปรึกษาหารือประเด็นทางกฎหมายที่เป็นประโยชน์แก่วงการอุตสาหกรรมโดยรวมโดยไม่มีลักษณะเป็นการคุกคามต่อการแข่งขันที่เป็นธรรม
- การพัฒนามาตรฐานของสินค้าอย่างไม่ผูกพัน หากสมเหตุสมผล เป็นกลาง และเปิดเผยแก่บุคคลที่สาม และ
- ร่วมกันโฆษณาส่งเสริมอุตสาหกรรมโดยรวมโดยไม่กีดกันสมาชิกจากการโฆษณาที่หือของตนเอง และ/หรือ ไม่กำหนดราคา/เงื่อนไขทางการค้าอื่น

ในทางตรงกันข้าม โดยทั่วไปท่านไม่ควรให้หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ละเอียดอ่อนดังต่อไปนี้กับคู่แข่ง

- การตั้งราคาในวงอุตสาหกรรมและของแต่ละบริษัท รวมถึงการเปลี่ยนแปลงราคาค่าธรรมเนียมการสมัคร ส่วนลด เงินเพิ่ม เงินคืน หรือระยะเวลาการให้สินเชื่อ
- ตัวเลขปริมาณการขายหรือการผลิต รายได้จากการขาย หรือความสามารถในการผลิต/บริการของแต่ละบริษัท
- ตัวเลขค่าใช้จ่าย จัดหา หรือส่วนต่างกำไรของแต่ละบริษัท
- การติดต่อของแต่ละบริษัทกับลูกค้าหรือผู้ผลิต โดยเฉพาะเจาะจงรายใด

- ข้อมูลเกี่ยวกับแผนในอนาคตของแต่ละบริษัทใดเกี่ยวกับเทคโนโลยี การลงทุน หรือการออกแบบ การผลิต การขายหรือการตลาดของสินค้าและบริการ โดยเฉพาะเจาะจง และ
- ข้อมูลอื่นใดที่อาจถือได้ว่าเป็นข้อมูลที่ละเอียดอ่อนในการแข่งขันและเป็นความลับ อย่างไรก็ตาม โดยทั่วไป วิธีการต่อไปนี้เกี่ยวกับการหาข่าวกรองทางการตลาดเป็นสิ่งที่ได้รับอนุญาต
- การรับข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งจากแหล่งข้อมูลที่ชอบด้วยกฎหมายหรือที่เปิดเผยเป็นสาธารณะ เช่น จากลูกค้า องค์กรวิจัยตลาดอิสระ หรือข้อมูลสถิติของวงการอุตสาหกรรมที่เป็นสาธารณะ และ
- การเข้าทำการศึกษาวิจัยข้อมูลทางสถิติของวงการอุตสาหกรรม หรือการประเมินความสามารถ ทั้งนี้ เมื่อได้รับอนุญาตจาก ผู้บริหารระดับสูง

3. การติดต่อกับตัวแทนจำหน่ายและลูกค้า

บริษัทมีอิสระในการกำหนดราคาของตนเองและเจรจากับตัวแทนจำหน่ายแต่ละคน แต่บริษัทไม่อาจควบคุมกลยุทธ์การขายทั่วไปหรือการตั้งราคาของตัวแทนจำหน่าย บริษัทไม่อาจเข้าแทรกแซงนโยบายการตั้งราคาของตัวแทนจำหน่ายของบริษัท บริษัทไม่ควรให้ความสะดวกแก่การทำความเข้าใจหรือความร่วมมือระหว่างตัวแทนจำหน่ายของบริษัทเกี่ยวกับการตั้งราคา และ/หรือ ข้อกำหนดหรือเงื่อนไขทางการค้าอื่น

(1) การกำหนดราคาขายต่อ

การกำหนดราคาขายต่อ (Resale price maintenance) หรือ RPM เป็นสิ่งต้องห้าม การกำหนดราคาขายต่อหมายถึง กำหนดหน้าที่หรือการกีดกันตัวแทนจำหน่ายให้ขายสินค้าหรือบริการในราคาที่ ราคาขั้นต่ำหรือ ราคาขั้นสูงที่กำหนดโดยบริษัท ตัวอย่างของการกำหนดราคาขายต่อที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย รวมถึง

- การกำหนดส่วนต่างราคาของตัวแทนจำหน่าย
- การกำหนดระดับส่วนลดขั้นสูงที่ตัวแทนจำหน่ายสามารถให้ได้ หรือ
- คุกคาม ดักเตือน ลงโทษ ประวิงการส่งมอบหรือยกเลิกสัญญาที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามราคาขายต่อที่แนะนำ

ท่านอาจให้คำแนะนำในการราคาขายต่อแก่ตัวแทนจำหน่าย แต่ท่านไม่สามารถบังคับให้ขายต่อในราคาที่กำหนดหรือประพฤติดังกล่าวในการลักษณะการบีบบังคับต่อตัวแทนจำหน่ายในการขายในราคาที่แน่นอน

(2) การปฏิเสธการติดต่อ

ในกรณีที่เป็นบริษัทไม่อยู่ในฐานะผู้มีอำนาจเหนือตลาด บริษัทมีสิทธิเลือกลูกค้าที่ต้องการทำธุรกิจด้วย

อย่างไรก็ตาม ถ้าบริษัทมีอำนาจเหนือตลาด บริษัทอาจปฏิเสธการติดต่อกับลูกค้ารายใดรายหนึ่งเฉพาะในกรณีที่มีเหตุสมควร เช่น

- บริษัทอาจปฏิเสธการขายแก่ลูกค้าใหม่หรือลูกค้าเดิมตามเหตุผลที่เป็นภาววิสัย (เช่น มีเครดิตไม่ดี การไม่ชำระราคาตามใบแจ้งหนี้ ปฏิเสธการยอมรับข้อกำหนดและเงื่อนไขการขายของบริษัท)

- บริษัทอาจปฏิเสธการส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าเดิมในกรณีที่เกิดการขาดแคลนสินค้าหรือสินค้าหมด ทั้งนี้ การปฏิเสธดังกล่าวต้องไม่ได้เป็นไปโดยปราศจากเหตุผล/ไม่เลือกปฏิบัติ

(3) การแบ่งส่วนตลาด

การแบ่งส่วนตลาดเชิงประจักษ์อาจถือเป็นการผิดกฎหมาย บริษัทไม่ควรบังคับให้ผู้จัดจำหน่ายปฏิเสธการขายสินค้าให้แก่ลูกค้าที่อยู่นอกท้องที่ที่กำหนด

4. การใช้อำนาจเหนือตลาดโดยมิชอบ

หากบริษัทมีอำนาจเหนือตลาด (ขึ้นอยู่กับท้องที่ โดยอาจสันนิษฐานได้ในกรณีที่บริษัทมีส่วนแบ่งตลาด 50% หรือมากกว่า แม้ว่ามีส่วนแบ่งตลาดเพียง 35% ก็อาจถือเป็นข้อบ่งชี้ถึงอำนาจเหนือ) พฤติกรรมที่โดยปกติชอบด้วยกฎหมายก็อาจเป็นสิ่งต้องห้ามได้หากก่อให้เกิดสิ่งที่ไม่ชอบ โดยปกติพฤติกรรมอันมิชอบรวมถึง

- การบังคับใช้เงื่อนไขที่ไม่เหมาะสม โดยเฉพาะการขายหรือราคาขาย
- การห้ามการพัฒนาสินค้า กระบวนการผลิตสินค้า หรือการขายสินค้า
- การเลือกปฏิบัติต่อคู่ค้าทางการค้าต่างรายกันโดยปราศจากเหตุอันสมควรที่เป็นภาวะวิสัย
- การปฏิเสธการจัดส่งสินค้าให้แก่ผู้ซื้อโดยปราศจากเหตุอันสมควรที่เป็นภาวะวิสัย
- จัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าเฉพาะกรณีที่ลูกค้าซื้อสินค้าอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่สั่งซื้อคราวแรก (การขายแบบพ่วง)
- การตั้งราคาเพื่อกำจัดคู่แข่งขึ้น โดยทั่วไปหมายถึงการกำหนดราคาต่ำกว่าทุน หรือ “การทุ่มตลาด”
- ข้อตกลงการซื้อแบบผูกขาด และ
- ระบบเงินคืนอันมิชอบ กล่าวโดยเฉพาะคือการให้ส่วนลดเงินคืนจากความภักดี

5. การร่างเอกสารและการติดต่อสื่อสาร

(1) การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร

พึงควรระวังการใช้ภาษาของท่านในการติดต่อธุรกิจทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นหนังสือหรือบทสนทนาทางโทรศัพท์หรือการประชุม การเลือกใช้คำผิดอาจทำให้การกระทำที่ถูกกฎหมายถูกมองว่ามีข้อพิรุณ แนวทางทั่วไปในการใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสารมีตามที่กำหนดไว้ด้านล่างนี้

- เมื่อท่านเขียนสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ระลึกว่า วันหนึ่งมันอาจถูกเผยแพร่ทางสาธารณะ พึงระมัดระวังให้มากในการส่งข้อความทางอีเมลหรือการฝากข้อความเสียง เมื่อต้องส่งจดหมายหรือบันทึกให้สันนิษฐานไว้ว่าอีเมลทั้งหมด ระบบส่งข้อความสั้น หรือข้อความเสียงอาจถูกอ่านหรือฟังโดยบุคคลอื่น
- หลีกเลี่ยงการสร้างความรู้สึกลูกค้าได้รับการปฏิบัติเป็นพิเศษ (เช่น “นี่เป็นข้อเสนอพิเศษสำหรับคุณ”)

- ไม่เสี่ยงในสิ่งที่อาจผิดหรือไม่ผิดกฎหมายก็ได้ (เช่น “นี่อาจเป็นไปได้ที่จะผิดกฎหมาย แต่...”) หากท่านเห็นว่าสิ่งใดอยู่ในพื้นที่สุ่มเสี่ยง ให้ปรึกษากับ ผู้บริหารระดับสูง ก่อนเขียนข้อความ
- ไม่ใช่คำศัพท์สื่อถึงการกระทำความผิด (เช่น “กรุณาทำลาย/ลบหลังจากที่อ่าน” หรือ “สำหรับท่านอ่านเท่านั้น”)
- หลีกเลี่ยงคำศัพท์ที่แสดงอำนาจหรืออำนาจที่เหนือกว่า (เช่น “นี่อาจทำให้เราควบคุมตลาด” หรือ “เราใกล้จะกำจัดการแข่งขันไปได้แล้ว”)

(2) วัตถุประสงค์การใช้สื่อในการติดต่อสื่อสารของท่าน

เอกสารทั้งหมด แม้ว่าจะเป็นการภายในบริษัททั้งหมด ควรถูกเขียนบนข้อสันนิษฐานว่าเอกสารเหล่านั้นอาจถูกใช้เป็นหลักฐานเพื่อการตรวจสอบโดยหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขัน บทสนทนาทางโทรศัพท์ก็มักเป็นเอกสารหลักฐานเหตุการณ์ การจดบันทึกสิ่งที่สนทนาทางโทรศัพท์มักถูกทำขึ้น โดยคู่สนทนาฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดหรือทั้งสองฝ่าย อย่าคิดว่าท่านสามารถให้ความระมัดระวังน้อยกว่ากับการสนทนาทางโทรศัพท์ได้

VI. แผนกที่รับผิดชอบ

ผู้บริหารระดับสูง

VII. เบ็ดเตล็ด

นโยบายนี้มีผลบังคับใช้ในวันประกาศใช้ 1 กรกฎาคม 2565



(Mr. Sukeyoshi Takahashi)
President