E-K

OGP는 열린정부 개혁의 발전을 위한 시범 프로그램에 참여하기 위해 헌신적인 정치 및 실무 수준의 개혁가들과 시민 사회에 참여하며 활발한 협력자를 가진 지방정부를 찾고 있습니다.

OGP가 소속된 정부가 세운 목표를 이루고, 아이디어와 경험을 공유하며 시민과 시민사회단체가 OPG를 통해 변화를 촉진하는 것을 배운 반면, 운영위원회는 OGP가 전진하며 영향력을 갖추는 새로는 방법을 추구하고 있습니다. 지방정부를 위한 OGP 파일럿 프로그램은 향후 더 영향력을 가지게 될 수 있는 한 가지 방법입니다. 지방정부와 협력하는 수많은 조직과 파트너쉽이 있으며 우리는 불필요한 시간낭비를 하기보다는 그들과 협력하기를 원합니다. 몇몇의 협력업체와 지방정부 내에서 또는 관련해서 일하는 사람들과의 대화는 OGP의 중요한 존재로서 전국적으로 작용하는 모델을 더 지역적인 수준으로 끌어올리기 위한 공간과 수요가 있다고 보여줍니다.

K-E

All employees priorly be aware of the company’s regulations, policies and procedures. Our product information is shared with skateholders in a various fields and is thoroughly reviewed for authenticity by consumers, government agencies, and competitors. Therefore, we pay extra attention on communication messages and that is how we keep our hard earned trust from the customers.

<Practice Degree>

1. Any changes made to products and services must be reported to the relevant departments promptly and accurately.
2. Origin and assembly countries on marketing promotional materials, products, packaging and promotions must be accurately recorded.
3. Marketing materials produced by outside partners such as advertising agencies should be checked to make sure that they do not contain any violation of relevant laws or company policies.
4. Any wrong or exaggerated information must not be contained in marketing materials whereas the important information must not be omitted which interrupt consumer’s wise decision.
5. Avoid any comparisons with competitors and their products as follows:
* Comparisons not based on objective information
* Comparisons under condition that is unilaterally disadvantageous to competitors or their products.
1. Avoid distribution of product performance, distinctive features and market shares, through marketing materials that are not basis of public confidence and objective results.
2. Being developed externally, using materials indiscriminately in marketing is not acceptable.