



نقم

3

## الامتثال لمكافحة الاحتيال

أ. ملخص

ب. التطبيق

ج. السياسة

د. الإجراءات

هـ. المراجع

مدونة قواعد





## أ. ملخص

سوف تتقيد الشركة وموظفوها بصرامة بجميع قوانين مكافحة الاحتكار المطبقة (المعروفة في بعض الدول باسم قوانين المنافسة) في أي مكان تقوم فيه الشركة بتنفيذ أعمال أو أنشطة تجارية. وهي قوانين تم إعدادها لتعزيز المنافسة وحماية العملاء من الاتفاقيات والترتيبات والممارسات غير العادلة في مجال العمل. ويمكن أن تؤدي انتهاكات قوانين مكافحة الاحتكار إلى عقوبات صارمة، بما في ذلك فرض غرامات مالية ضخمة على الشركة وفرض حظر على أنشطة الشركة، علاوة على غرامات وعقوبات بالسجن بحق الموظفين الفرديين. وبالإضافة إلى القضايا التي ترفعها الحكومة، فإنه يمكن أيضاً رفع قضايا من جهات أو أطراف خاصة وبالتالي يكون حجم الضرر الواقع من جراء ذلك ضخماً على نحو لا يمكن إصلاحه وتكون الأتعاب والرسوم القانونية المتكبدة نظير الدفاع في هذه القضايا ضخمة هي الأخرى حتى وإن فازت الشركة بها في النهاية. وبناءً على ذلك، فإن كل شخص بالشركة أياً كان المنصب الذي يشغله/تشغله يتحمل مسؤولية التقيد بقوانين مكافحة الاحتكار المعمول بها.

## ب. التطبيق

تُطبق هذه السياسة على جميع موظفي الشركة وأنشطتها وكافة شركاتها التابعة والفرعية وأقسامها وكيانات الأعمال الأخرى التي تديرها الشركة أو تسيطر عليها عبر العالم.

## ج. السياسة

تتقيد الشركة وموظفوها بحزم وصرامة بجميع قوانين مكافحة الاحتكار المطبقة. وعلى كل موظف أن يتقيد بسياسات وإجراءات مكافحة الاحتكار التي تطبقها الشركة، بما في ذلك أي سياسات محددة تطبقها أي وحدة من وحدات العمل. وسوف تقوم الشركة ووحدات العمل بها بصورة دورية بتنفيذ برامج تنقيفية حول مكافحة الاحتكار (بما في ذلك البرامج المعروضة إلكترونياً من خلال الإنترنت)، بالإضافة إلى إجراء مراجعات امتثال حول مكافحة الاحتكار لضمان تنفيذ مسؤوليها وموظفيها أعمال الشركة بطريقة قانونية. وهذا النوع من التدريب هام للغاية وخاصة بالنسبة للموظفين الذين تدفعهم مهامهم إلى التواصل مع المنافسين أو الذين تشتمل مهامهم على التسعير أو وضع سياسات التسعير أو شروط البيع أو غيرها من المهام والمسؤوليات التسويقية الأخرى.

قد تخضع الأنشطة التي تتم خارج الولايات المتحدة إلى قوانين مكافحة الاحتكار التي تطبقها كل من الولايات المتحدة والدول الأخرى. ومن ثم، فإنه يتعين على تلك الكيانات التي تنفذ أعمالاً خارج الولايات المتحدة أن تكون على دراية بكافة قوانين مكافحة الاحتكار المعمول بها وأن تتقيد بها، بما في ذلك قوانين مكافحة الاحتكار التي تطبقها الاختصاصات القانونية المحلية والولايات المتحدة وأي دول أخرى تتأثر بتنفيذ الأعمال محل النقاش. للتعرف على توجيهات مكافحة الاحتكار الخاصة بكل منطقة، يرجى الرجوع إلى المراجع المذكورة في **القسم هـ- المراجع**.

قوانين مكافحة الاحتكار هي قوانين معقدة وتطبيقها على عمل معين أو على معاملة معينة يعتمد على مجموعة مختلفة من العوامل. وعندما تنشأ مشكلات، فإنه يتعين عليك مراجعة هذه السياسة واستشارة الإدارة القانونية الخاصة بك. وعلى الرغم من ذلك، فإنه حتى لمجرد منع ظهور سلوك غير مناسب، فإنه يتعين عليك الالتزام بالإرشادات التالية:

1. **التفاعل مع المنافسين.** لا تتفق (سواء بصورة شفوية أو كتابية أو إلكترونية) مع أي منافس (والذي يعرف بأنه أي شركة تسعى للفوز بأعمال في مواجهة الشركة) أو منافس محتمل أو تتناقش معه أو تتواصل معه



بشأن ما يلي:

- ◀ الأسعار والمعلومات المتعلقة بالأسعار؛
- ◀ سياسات التسعير أو التغييرات التي من المقترح أو المخطط أن تطرأ على الأسعار؛
- ◀ الخصومات أو التخفيضات أو شروط الانتماء أو شروط وأحكام البيع؛
- ◀ التكاليف أو الأرباح أو الهوامش الربحية أو القدرة الإنتاجية أو الاستفادة من القدرة الإنتاجية؛
- ◀ الخطط السابقة أو المستقبلية للتقدم بعطاءات لأعمال معينة أو الامتناع عن التقدم إليها؛
- ◀ البحث أو التطوير الجاري أو المخطط أو إنتاج منتجات جديدة أو عمليات التحسين أو الآليات التسويقية؛
- ◀ رفض التعامل مع أي أطراف أخرى (الغير، مثل العملاء أو المنافسين أو الموردين)؛
- ◀ معلومات تخص العملاء.

2. *المعاملات*. استشر الإدارة القانونية قبل البدء في أي تواصل مع أي منافس بشأن مشاريع مشتركة أو عمليات دمج أو استحواذ أو عمليات بيع لشركات تابعة أو فرعية أو فروع أو تصفيتها أو ترتيبات/اتفاقيات تعاون مشترك أو معاملات إمداد.

3. *المعلومات التنافسية*. تقوم أعمالنا باتخاذ قراراتها بصورة فردية ومستقلة عند عرض منتجاتها وخدماتها أو بيعها وعند شراء تجهيزات. وقبل تحديد أسعار العمل وشروط البيع لمنتج أو خدمة معينة، فإنه يجوز لك النظر في أسعار وشروط المنافسين؛ ومع ذلك، فإنه يجوز لك الحصول على هذه المعلومات من خلال القنوات السوقية الطبيعية فقط مثل العملاء والبيانات السوقية المتاحة للجمهور العام، وليس من خلال التواصل بصورة مباشرة أو غير مباشرة مع المنافسين. كما يتوجب عليك أيضاً أن توثق في ملفاتك مصادر حصولك على أي معلومات عن أسعار منافسين أو غيرها من المعلومات الحساسة الأخرى التي تتعلق بالمنافسين. راجع جمع المعلومات التنافسية - **القسم هـ - المراجع**.

4. *الاتحادات التجارية*. نظراً لأن العضوية في الاتحادات التجارية تشتمل على الاتصال بالمنافسين، فإنه يتعين الموافقة المسبقة على أي عضوية في أي اتحاد تجاري من قبل إدارة وحدة عملك والإدارة القانونية، وكذلك يتعين تنفيذ جميع المشاركات في الاتحادات التجارية بما يتفق مع توجيهات مكافحة الاحتكار التي توفرها الشركة لجميع الموظفين وبما يتفق أيضاً مع إرشادات الاتحادات التجارية التي تصدرها الشركة والتي يتضمنها دليل مكافحة الاحتكار للموظفين العالميين - **القسم هـ - المراجع**.

5. *الاتفاقيات مع العملاء والموردين*. عموماً، تعتبر قوانين مكافحة الاحتكار أقل تقييداً فيما يتعلق بإبرام اتفاقيات مع آخرين غير منافسين (على سبيل المثال، العملاء والموزعون والموردون وغيرهم). ومع ذلك، فإنه في حالة رؤية أن العمل يحظى بموقع سوقي هام، فإنه يمكن أن تعتبر بعض الاتفاقيات التعاقدية التي يتم الدخول فيها مع عملاء أو موزعين أو موردين بأنها تضر بالمنافسة. وقد تشتمل تلك الاتفاقيات/الترتيبات على أحكام حصرية أو أحكام دول أولى بالرعاية أو التسعير بأقل من التكلفة أو تحزيم العديد من المنتجات سويماً أو ربط منتج بأخر أو خدمة بأخرى أو إنهاء علاقة تعاقدية مع عميل أو موزع أو مورد قد يكون أيضاً منافساً محتملاً. يرجى الاتصال على الإدارة القانونية والحصول على موافقتها القانونية قبل الدخول في أي من تلك الترتيبات/الاتفاقيات.

## د. الإجراءات

إذا كانت لديك أية أسئلة حول الامتثال لمكافحة الاحتكار أو حول هذه السياسة، يرجى الاتصال على الإدارة القانونية. لمزيد من المناقشات المفصلة والدقيقة حول قوانين مكافحة الاحتكار وسياسات الشركة وإجراءاتها حول مكافحة الاحتكار، يرجى الرجوع إلى المراجع في **القسم هـ - المراجع** (أدناه).



المراجع

دليل مكافحة الاحتكار العالمي للموظفين  
جمع معلومات تنافسية