

إنشاء قيمة لحملة الأسهم

قواعد السلوك الخاصة بـ LG Electronics



إنشاء قيمة لحملة الأسهم

قواعد السلوك الخاصة بـ LG Electronics



LG WAY





إن LG Way عبارة عن انعكاس لمبادئنا وقيمنا وتطلعاتنا الأساسية التي كانت الدافع المحرك للنمو والنجاح الذي حققناه على مدار الأعوام. وهذا هو النجاح الذي يقودنا لنتمكن من إنشاء قيمة فضلى لجميع حملة الأسهم.

منذ طرح منتجاتنا للمرة الأولى لعملائنا منذ أكثر من 50 عاماً، تركز الشركة جهودها دوماً لإغناء حياة عملائنا وتعزيز روح الاحترام والوحدة بين زملاء العمل. وفي هذا الصدد، تعد فلسفتنا الإدارية انعكاساً لمبادئنا وقيمنا وتطلعاتنا الأساسية التي كانت دوماً الدافع المحرك للنمو والنجاح الذي حققناه على مدار الأعوام. وهذا هو النجاح الذي يقودنا لنتمكن من إنشاء قيمة فضلى لجميع حملة الأسهم.

رؤيتنا

لا يتوقف وصول الشركة إلى المرتبة الأولى على كونها الأكبر حجماً أو الأكثر تحقيقاً للربح. فالشركة التي تتبوأ المرتبة الأولى هي الشركة التي تتمسك بتطبيق ممارسات إدارية سليمة تتسم بالشفافية كأساس لتحقيق التنافسية العالمية والتواجد البارز في السوق.

وهذا هو العهد الذي نقطعه على حملة الأسهم. فسوف نستمر في إتباع "الطريق المستقيم" لبناء شركة LG Electronics بطريقة تجعلها تحظى باحترام منافسيها وثقة عملائها وإعجاب كل من يتمتع بالموهبة في جميع أنحاء العالم.

فلسفتنا

يمثل "Creating Value for Customers" ما نسعى جاهدين في أنشطتنا اليومية لتحقيقه. ففي كل ما نفعله، نضع دوماً نصب أعيننا ما يتوقعه عملائنا، كما نجعل احتياجات عملائنا الأساس لجميع أنشطتنا التجارية. ومن خلال سعينا الدائم للتجديد والابتكار في خدماتنا ومنتجاتنا، فإننا نكتشف بهمة ونشاط طرقاً جديدة لإنشاء قيمة فضلى لعملائنا.

إن "Respecting Human Dignity" هي سبيلنا لبناء مؤسسة تجذب المواهب الفضلى عالمياً وتعمل على رعايتها. فنحن نؤمن بضرورة حصول الأفراد الذين يتمتعون بالموهبة على معاملة منصفة وتقييم عادل ودعم ثابت للاستفادة من طاقاتهم الكامنة على أكمل وجه. وفي هذا الصدد، فإننا نهتم بتقدير الأداء الفردي واحترام الموهبة الإبداعية للأفراد وروح المبادرة لديهم من أجل بناء مؤسسة متميزة يمكنها إنشاء قيمة فضلى لجميع حملة الأسهم.

الطريق المستقيم

لكي نصبح شركة تحظى باحترام حقيقي من مساهمينا والسوق والمجتمع، فإن ذلك يقتضي اتخاذ إجراءات صارمة ويتطلب إمكانات قوية. ولا يمكن تعزيز هذه الإمكانيات إلا عندما نلتزم بمبدأ "تحقيق النجاح من خلال إتباع القواعد" وعدم التسامح مع أي ممارسات خاطئة. ومن خلال الحرص على إظهار الصدق والنزاهة والإنصاف في تعاملاتنا، فإننا نصبح شركة يمكن لأفرادها السعي بحماس لتحقيق أهدافهم وابتكار أفكار إبداعية تنجح في اجتذاب قلوب عملائنا.

بهذه الطريقة، تعبر "Jeong-do Management" (الإدارة وفقاً للمبادئ) عن أكثر من مجرد إدارة أخلاقية: إذ إنها توضح "الطريق المستقيم" الذي يتعين إتباعه من أجل تحقيق فلسفتنا ولنصبح شركة أقوى يمكنها الفوز في المنافسة.



رسالة المدير التنفيذي

تنبعث قواعد السلوك هذه الخاصة بـ LG Electronics من قيمنا الأساسية. إذ إنها ستساعدنا جميعاً على أداء عملنا وفقاً لمبادئنا المستندة إليها. كذلك، فإنها تحدد السلوك المناسب في العديد من المواقف وتوفر أدوات إضافية يمكن الاستعانة بها حيثما لا تكون الإجابة واضحة.

وليس إتباع قواعد السلوك هذه أمراً اختيارياً. ذلك أننا لن نتمكن من تحقيق النجاح على المدى البعيد إذا تنازلنا عن قيمنا ومبادئنا من أجل تحقيق منفعة قصيرة الأمد. لذا، فإننا نتوقع من جميع الموظفين الحرص على قراءة قواعد

في السنوات الأخيرة، حققت LG Electronics نجاحاً بارزاً. فلقد وفرنا منتجات وخدمات استثنائية لعملائنا وقمنا بتحسين مكان العمل الذي كان بالفعل متميزاً، كما قدمنا قيمةً فضلى للعديد من حملة الأسهم الآخرين.

يرجع أصل هذه الإنجازات إلى فلسفتنا في العمل القائمة على إنشاء قيمة حقيقية لعملائنا ومعاملة زملائنا وموظفينا باحترام. ومن أجل التأكيد على تحقيق النجاح لشركتنا في المستقبل، يجب علينا إعادة الالتزام بهذه القيم الأساسية.



تمثل قواعد السلوك هذه التزاماً منا تجاه جميع حملة الأسهم، كما ستساعدنا على تحقيق رؤيتنا حول .No. 1 LG

السلوك هذه وفهم كيفية تطبيقها في عمل كل منهم. ولا تسمح أبداً لأي أولوية بتبرير سلوك ينم عن عدم الالتزام بقواعد السلوك هذه. كذلك، احرص دوماً على عدم إيجاد مبررات شأن "كان من الضروري تحقيق أهداف المبيعات" أو "طلب مني مديري القيام بذلك".

على الرؤساء التعامل فوراً وبشكل محترم مع استفسارات موظفيهم ومخاوفهم بشأن الالتزام. ولن يتم التسامح أبداً مع أي شكل من أشكال الثأر الذي ينشأ عن إثارة هذه المخاوف.

تتبع قواعد السلوك هذه الخاصة بـ **LG Electronics** من قيمنا الأساسية. إذ إنها ستساعدنا جميعاً على أداء عملنا وفقاً لمبادئ نستند إليها. كذلك، فإنها تحدد السلوك المناسب في العديد من المواقف وتوفر أدوات إضافية يمكن الاستعانة بها حيثما لا تكون الإجابة واضحة.

المحتويات

LG WAY

2

رسالة المدير التنفيذي

4

المقدمة

8

ما ضرورة وجود قواعد سلوك؟	8
من يلتزم بقواعد السلوك؟	8
ما هي واجباتنا؟	8
عدم الالتزام	9
حول قواعد السلوك	9

الصدق والنزاهة تجاه عملائنا

10

تسويق مسؤول	12
أمان المنتج	15
منتجات بمعايير عالية	18
حماية الخصوصية والبيانات	21

المؤسسة الفضلى لموظفينا

24

التوظيف العادل	26
التعامل في مكان العمل يقوم على الاحترام	29
مكان عمل صحي وآمن	32

تعامل عادل مع شركائنا في الأعمال والسوق

36

جمع المعلومات التنافسية بمسؤولية	38
استخدام صحيح لمعلومات الغير	41
المنافسة العادلة	43
التعامل مع الجهات المنافسة	45
التعامل مع شركاء قنوات التسويق والموردين	48
اتصالات حذرة	51
احترام ملكية الغير الفكرية	54
ممنوع دفع رشوات أو مبالغ غير مشروعة	56

العناية بمجتمعاتنا

60

حماية البيئة	62
تبادل تجاري دولي مسؤول	65

عائدات ضخمة للمساهمين

68

أمان المعلومات وسريتها	70
حماية ملكية الشركة الفكرية	73
اتصالات إلكترونية مناسبة	76
الاحتفاظ الجيد بالسجل واستيقاؤه	79
استخدام المعلومات الداخلية بشكل مسؤول	82
إفصاح حذر للعامة	85

المقدمة

- السعي للحصول على توجيهات عند عدم التأكد من السلوك المناسب في أي موقف.
 - طرح أي مخاوف قد تراودك حول انتهاكات محتملة لقواعد السلوك هذه أو لسياسات الشركة الأخرى.
 - **أما إذا كنت مديراً على موظفين آخرين، فيجب عليك:**
 - التأكد من معرفة جميع الموظفين بقواعد السلوك هذه وبمسؤولياتهم وفقاً لقواعد السلوك هذه.
 - مساعدة الموظفين في الإجابة على أي استفسارات أو مخاوف تتعلق بقواعد السلوك أو تطبيقها في عملهم اليومي.
 - العمل على إظهار القيادة في الالتزام بشكل شخصي من خلال إتباع قواعد السلوك والتحدث مع الموظفين عن تطبيقها في عملك اليومي.
 - **إذا كان لديك أي استفسار بشأن قواعد السلوك أو كيفية انطباقها على عملك:**
 - فاستشر مديرك الذي يكون في أفضل موقع لمساعدتك بشأن أي استفسار يتعلق بعملك. وإذا لم يكن مديرك موجوداً، فاتصل بالقسم الوظيفي المسؤول المدرج في كل قسم من قواعد السلوك هذه أو بالمسؤولين عن الشؤون القانونية.
 - أما إذا كنت مديراً على موظفين آخرين ولم تكن متأكداً بشأن كيفية الإجابة على أي استفسار قد طرحه أحد موظفيك، فيجب عليك أيضاً الاتصال بالقسم الوظيفي المسؤول المدرج في كل قسم من قواعد السلوك هذه أو بالمسؤولين عن الشؤون القانونية.
- ما ضرورة وجود قواعد سلوك؟**
- إن LG Electronics شركة تؤدي أعمالها على نطاق عالمي. لذلك، على موظفينا الالتزام بمجموعة واسعة وعدد كبير من القوانين والأنظمة. وبالطبع، من الصعب على جميع الموظفين معرفة جميع أو حتى معظم هذه القوانين والأنظمة. بالإضافة إلى ذلك، فإننا نؤدي أعمالنا في العديد من المواقع الجغرافية التي يتميز كل منها بثقافته الخاصة. كذلك، فإننا نسعى جاهدين إلى أداء أعمالنا بشكل متسق ومتفق مع جميع القوانين والأنظمة المعمول بها في جميع قطاعات السوق والمواقع وإلى الحرص على احترام العادات المحلية. لذا، تعد قواعد السلوك هذه أداة رئيسية تساعدنا جميعاً على مواجهة هذه التحديات البارزة.
- من يلتزم بقواعد السلوك؟**
- لقد تم وضع قواعد السلوك الخاصة بـ LG Electronics خصيصاً لشركة LG Electronics, Inc. ("الشركة") وجميع الشركات التابعة لشركة LG Electronics, Inc. في جميع أنحاء العالم.
- ما هي واجباتنا؟ يجب عليك:**
- إظهار الالتزام بالقيم الأساسية للشركة في جميع أنشطة عملك والمساعدة على جعل الشركة مكاناً رائعاً للعمل حتى يمكننا جميعاً تحقيق الأفضل لعملائنا وحملة الأسهم الآخرين.
 - إتباع القوانين والأنظمة في الدول حيث تعمل.
 - الالتزام بسياسات الشركة وإجراءاتها التي تتعلق بعملك.



التعامل مع الاختلافات الثقافية

عندما تزور دولة ما أو تنتقل إلى دولة أخرى، تعرّف على بيئتك الجديدة. كذلك، احرص جاهداً على معرفة الثقافة والعادات المحلية. واهتم بمعرفة القوانين والأنظمة التي قد تختلف عن تلك السائدة في موطنك. وإذا لاحظت تضارباً من المحتمل أن يؤثر على أنشطتك التجارية، فناقش هذه المسائل مع مديرك لتحديد الحل المناسب.

عدم الالتزام

هناك تبعات جسيمة تترتب على عدم الالتزام. يؤدي انتهاك القوانين والأنظمة إلى فرض عقوبات جسيمة على كل من الشركة والفرد المتورط في ذلك. وقد يؤدي عدم الالتزام إلى عقوبات جنائية وغرامات إدارية وتعويضات مدنية ومادية ومصادرة الأرباح والاستبعاد من العقود وإنهاء العلاقات التجارية ومحاولة الابتزاز والإضرار بصورة شركتنا وتكوين إدراكات سلبية عنها في سوق رأس المال. بالإضافة إلى ذلك، فقد يتعرض الأفراد لتبعات جسيمة شأن دفع غرامات أو السجن أو مطالبات بالتعويضات وعقوبات بموجب قانون العمل.

إذا كنت تعتقد أن الشركة معرضة لخطر عدم الالتزام بمعايير قواعد السلوك:

- فتحدث أولاً مع مديرك حول هذه المسألة.
- وبعد ذلك، اتصل بمدير الالتزام المعين في منطقتك، وقم بإعلام هذا الشخص بالموقف.

الإبلاغ عن الثأر المحتمل

لا تتسامح الشركة مع الثأر ضد أي شخص قد أبلغ بنية حسنة عن مشكلة تتعلق بعدم الالتزام. وقد يتخذ الثأر أشكالاً عدة بدءاً من التأثير بشكل غير منصف على وظيفة الشخص إلى التحرش بشكل عام. لذا، فإذا كنت تعتقد أنك أو أي شخص آخر قد تعرض للثأر بسبب هذه الأفعال، فقم فوراً بإبلاغ قسم الموارد البشرية.

ما من عذر مناسب للإخلال بالالتزام حذارٍ من الأعداء التالية:

- "طلب مني رئيسي القيام بذلك بالرغم من معرفتي أن ذلك خطأ."
- "فعلت ذلك لصالح عملائنا."
- "فعلت ذلك للوفاء بأهداف الشركة أو غاياتها."

حول قواعد السلوك

لا تتضمن قواعد السلوك هذه مبادئ الشركة وسياساتها كلها. إذ إنها لا يمكن أن تتعامل مع جميع المشكلات التي يحتمل أن تواجهها. وبشكل دوري، تقوم الشركة بمراجعة قواعد السلوك هذه والمبادئ والسياسات الأخرى وإبلاغها للموظفين والأطراف الأخرى المعنية.

لا تشكل قواعد السلوك هذه عقد توظيف. كذلك، لا تقدم LG Electronics أي حقوق أو التزامات تعاقدية من خلال إصدار قواعد السلوك هذه.

الصدق والنزاهة

تجاه عملائنا

تسويق مسؤول	12
أمان المنتج	15
منتجات بمعايير عالية	18
حماية الخصوصية والبيانات	21

إن مبدأ "العميل أولاً" هو جوهر جميع أنشطتنا التجارية. فنحن نسعى جاهدين في جميع أنشطتنا التجارية إلى إنشاء قيمة حقيقية لعملائنا من خلال أخذ وجهات نظرهم دوماً في الاعتبار وتحقيق توقعاتهم المرتفعة. وفي هذا الصدد، فإن إظهار التزامنا بمعايير الجودة والحفاظ على وعودنا وابتكار منتجات جديدة باستمرار، هي سبيلنا لكسب ثقة عملائنا في أن بإمكانهم الاعتماد على المنتجات والخدمات التي نوفرها. كذلك، يجب إظهار النزاهة والصدق باستمرار في جميع أفعالنا وبناء ثقة يمكن لعملائنا الاعتماد عليها حقاً.

الحالة

يجذب أحد المنتجات الاهتمام بسبب تصميمه المميز. وقد يحقق الأمر نجاحاً هائلاً إذا تمكنت الشركة من تسليط الضوء على أحد العوامل الأساسية الأخرى. وعلى الرغم من أن المنتج يوفر أداءً أفضل بزيادة قدرها 5% فقط، لا يبدو أن هناك فرقاً هائلاً. عادةً، "تزيد" الجهة المنافسة نسبة الأداء المعلن عنه بمقدار صغير. وتخال أنه يمكن لشركتك المنافسة بشكل أفضل إذا قامت، مثلاً، بالإعلان عن زيادة في المنتج بمقدار 10% متوقعاً أنه لا يمكن لأحد قياس الفرق أو الشعور به على أي حال.



تسويق مسؤول

تكتسب شركتنا علاقات طويلة الأمد مع عملائنا وتحافظ عليها بناءً على جودة وقيمة المنتجات والخدمات التي توفرها. لذا، من الضروري أن نقوم بتسويقها بطريقة مسؤولة وأن نعلن عن ميزاتها وفوائدها الحقيقية. ولأننا نتميز بالنزاهة والصدق في أنشطتنا التسويقية، فإن عملاءنا يتقنون بكل ما نقوله. ولا نحقق قيمة لعملائنا إلا لأننا نوفر لهم المعلومات التي يحتاجون إليها من أجل اتخاذ قرارات الشراء الفضلى. ولا يستحق الأمر أن نعرض سمعتنا الحسنة للمخاطرة من أجل الاشتراك في أي ممارسات تسويقية غير مسؤولة.



مبدأنا

المساعدة في ضمان أن الأنشطة التسويقية في الشركة تتسم بالمسؤولية، خاصةً إذا كنت تعمل بشكل مباشر في إنشاء الاتصالات التسويقية أو مراجعتها.

لمعلوماتك

تتضمن الاتصالات التسويقية، من ضمن أمور أخرى:

- الإعلانات والعناصر الترويجية
- ملصقات وأوصاف المنتج
- مواد الاستطلاع أو نتائج الاختبار أو مقارنة المنتجات أو الجهات المنافسة
- إعلانات المواقع على شبكة إنترنت والاتصالات الأخرى التي قد لا تكون بالضرورة موجهةً لعملائنا

يجب على الموظفين الذين يعملون في الاتصالات التسويقية أو في المبيعات أو الذين تتضمن وظائفهم إنشاء أو مراجعة الإعلانات أو ملصقات المنتج أو العروض الترويجية أو أي اتصالات أخرى موجهة لعملائنا معرفة وفهم معايير الشركة وسياساتها وإجراءاتها السارية.

يتم توجيه اتصالاتنا التسويقية إلى قاعدة عريضة من الجمهور وستخضع للفحص الدقيق من المستهلكين والمنافسين والهيئات الحكومية. ومن الجدير بالذكر أن لا شيء يستحق تعريض سمعتنا للخطر عن طريق الاشتراك في أنشطة تسويقية غير ملائمة.

الإجابة

لا يعني قيام الجهات المنافسة بسلوك معيّن أن هذا السلوك مناسب لنا. ففي هذا الصدد، يجب أن نسأل ما إذا كانت أفعالنا تعكس قيمنا الأساسية التي تهدف إلى إنشاء قيمة حقيقية لعملائنا والاحترام المتبادل. وعلى الرغم من أن المبالغة في التسويق قد لا تكون أمراً ملحوظاً، إلا أنها تعد محاولة لبيع منتجاتنا بناءً على معلومات زائفة؛ خصوصاً أن عملاءنا يتوقعون منا أن نلتزم بالصدق في ما يتعلق بالقيمة التي نقدمها لهم بغض النظر عما يمكن أن يتوقعوه من الجهات المنافسة لنا.



الطريق المستقيم

- تأكد من إبلاغ الأقسام ذات الصلة على الفور وبدقة عن أي تغييرات في المنتجات أو الخدمات التي توفرها الشركة.
- تأكد من دقة الاتصالات التسويقية ومعلومات ملصق المنتج والعبوة والمواد الترويجية فيما يتعلق ببيانات المصنع أو المصدر بشأن دولة المنشأ أو مكان التجميع. وبعد هذا الأمر ضرورياً لضمان صحة الإعلانات والملصقات الخاصة بمنتجاتنا.
- تحقق من أن المواد التسويقية التي تم إنشاؤها بواسطة شركات إعلانية أو مؤسسات أخرى خارجية تتوافق مع القوانين وسياسات الشركة.
- احرص على عدم احتواء أي مواد تسويقية خاصة بالشركة على معلومات تكون خادعة أو مضللة أو تحذف معلومات مهمة قد تساعد بطريقة أو بأخرى العملاء على اتخاذ قرارات شراء سليمة.
- تجنب إجراء مقارنات مع الجهات المنافسة أو منتجاتهم:
- عندما لا يمكن إثبات صحتها ببيانات واقعية وموضوعية.
- عندما تتم المقارنة بناءً على ظروف غير عادلة للجهة المنافسة أو للمنتج.
- تجنب أن تقوم المواد التسويقية التي يتم توزيعها للجمهور بادعاءات (تتعلق بأداء المنتج أو أفضلية المنتج أو حصة السوق) لا تدعمها أي اختبارات أو بيانات أخرى موثوقة.
- لا تستخدم لتبرير التسويق بطريقة غير ملائمة عذراً مفاده أنه تم إنشاء المواد التسويقية بواسطة مؤسسة خارجية.

تحذير

- توخّ الحذر من المبالغات المستخدمة في التسويق. فقد يكون التحسين والتجميل مقبولين كأداة للتسويق، ولكن ينبغي ألا يعطي هذا عملاءنا انطباعاً زائفاً حول خصائص منتجنا أو يتعارض مع البيانات الواقعية.
- احرص على تسويق منتجات الشركة عن طريق التركيز على نقاط قوتها أكثر من التركيز على نقاط ضعف المنتجات المنافسة. ذلك أننا نريد تحقيق الريادة في السوق من خلال تصميم وتصنيع وتسويق أفضل المنتجات، وهذه الفكرة ينبغي أن تكون محل تركيزنا. كذلك، ينبغي أن نتوقع أن تدقق الجهات المنافسة في أي إعلانات تشير إلى منتجاتهم. ولكي نكون عادلين في تعاملنا معهم، يجب أن نتوخى الحذر التام في طريقة تعاملنا مع منتجاتهم.



الحالة

على الرغم من أن منتجنا الجديد يتوافق مع الأنظمة الإلزامية المتعلقة بالأمان، تساورك بعض الشكوك حول ما إذا كان المنتج آمناً تماماً أم لا. وفي هذه المرحلة، يبدو أن إجراء عملية تجديد شامل في تصميم المنتج سيكون مكلفاً للغاية، لذا تفكر في وضع هذه "الشكوك المستمرة" على علامة التحذير.

أمان المنتج

يعد كل من الأمان والموثوقية من أهم الصفات التي تركز عليها القيمة التي نوفرها للعملاء عبر منتجاتنا. فحرصنا الشديد على التصميم الآمن والتصنيع الجيد وخدمة ما بعد البيع يوفر لنا فرصة لتمييز أنفسنا وإبراز اهتمامنا برفاهية عملائنا. وتعد زيادة أمان المنتج من الجوانب المهمة التي يقوم عليها الابتكار. ومن خلال التزامنا بأمان العملاء، فإننا نبني ثقتهم في منتجاتنا ونبيّن مدى تقديرنا لعملائنا.



دعم كل الجهود المبذولة لضمان أمان منتجات شركتنا، وطرح أي استفسارات أو مخاوف تتعلق بالمواد الخام أو تصميم المنتج أو التصنيع أو التسويق أو استخدام المنتج أو خدمة العملاء لضمان توفير منتجاتنا الأمان لعملائنا. وهنا تجدر الإشارة إلى أن تحقيق أي هدف تجاري بما في ذلك التصميم أو الرواج أو التكلفة لا يبرر مطلقاً التضحية بأمان أي من منتجات الشركة.

لمعلوماتك

يعد أمان المنتج شأنًا أساسياً بالنسبة إلينا. فنحن نحاطر بالتعرض لعقوبات جسيمة بسبب الإخفاق في اتخاذ سبل حماية أو طرق استجابة تتعلق بمشكلات الأمان، بما في ذلك عقوبات تنظيمية ودعاوى قضائية، فضلاً عن الإضرار بسمعة الشركة.

نعي أن "Creating Value for Customers" لا يتعلق فقط بتجنب تبعات المسؤولية القانونية. فهو يمثل التزامنا الدائم بالتعرف على الفرص التي من شأنها القضاء على المشكلات التي تتعلق بالأمان، وبالتالي تحسين الجودة الكلية لمنتجاتنا. ويعد هذا هو السبب وراء محافظة الشركة على إجراء العديد من العمليات التي تدعم أمان المنتج. هذا، وتركز العمليات المتكاملة على أمان المنتج، بما في ذلك التصميم (من أجل التعامل مع الاستخدام الاستهلاكي المتوقع) والتوريد والتصنيع واختبار المنتج ومراقبة الجودة والتسويق. وبعد البيع، تستمر الشركة بمراقبة استخدام منتجاتها بحثاً عن أي علامات تدل على وجود مشكلات تتعلق بالأمان، ومن ثم تتخذ الإجراءات الضرورية لضمان سلامة العميل. يتوجب على الموظفين والمدراء المسؤولين عن أمان المنتج مراجعة **Product Safety Operation Principles** لمعرفة المزيد حول هذه العمليات والإجراءات المهمة.

الإجابة

تعد علامات التحذير التي تحدد بوضوح جميع المخاطر المتوقعة بشكل معقول جزءاً مهماً وضرورياً لضمان توفير منتجاتنا الأمان لعملائنا. ولكن في المقام الأول، يتعين علينا تصميم وتصنيع منتجاتنا بشكل سليم يجعلها تفي بمعايير الشركة وتوقعات العملاء بشأن الأمان. وبالطبع، فإن أي تغييرات لاحقة في مرحلة التطوير لها عواقب جسيمة. لذا، تعد هذه فرصة جيدة لإشراك الزملاء في الأقسام الأخرى في اتخاذ هذا القرار. فنحن بحاجة إلى الاقتناع التام بأن منتجاتنا لا تفي فحسب بمعايير السلامة، بل أيضاً لا تخاطر بالأمان.



الطريق المستقيم

- اتبع جميع سياسات وإجراءات الشركة المتعلقة بتصميم المنتج وتوريده وتصنيعه التي قد تؤثر على أمان المنتج.
- قم بالإبلاغ عن المواد الخام أو التصميمات أو قطع الغيار المشتبه بها أو المعيبة التي قد تؤثر سلباً على الجودة أو تؤدي إلى تصنيع منتجات غير آمنة.
- قم بتصعيد أي مشكلة تتعلق بأمان المنتج. ويفضل فعل ذلك مبكراً قدر الإمكان في عملية التصميم، وعلى أي حال، احرص على فعل ذلك بمجرد معرفتك بالأمر.
- لا تتنازل أبداً عن أمان المنتج من أجل الوفاء بهدف تجاري آخر. وإذا ظهر تضارب بين هذه الأهداف، فأبلغ مديرك بهذا الموضوع.
- لا تتجنب أي من خطوات مراقبة الجودة أو تسمح لآخرين بتجنبها؛ فقد يؤدي ذلك إلى إجراء اختبار ناقص لضمان أمان المنتج.
- لا تسمح للموردين بتجنب الالتزام بمتطلبات التوريد الخاصة بالشركة، فقد يؤدي هذا الأمر إلى الحصول على مواد خام أو مكونات معيبة أو دون المستوى القياسي يتم تضمينها في منتجاتنا النهائية.
- لا تتجاهل أبداً أي مشكلات مقترحة تتعلق بأمان المنتج لمجرد أنها ظهرت في مرحلة لاحقة من عملية تطوير المنتج.

تحذير

- توخّ الحذر من أي حوادث متكررة الوقوع تتعلق بأمان منتجاتنا. فسلامة عملائنا تنصدر أي اعتبارات أخرى. كذلك، من واجبنا إصدار أمر بسحب المنتجات من السوق إذا ساورتنا شكوك في أنها تتضمن أي مشكلات متصلة في التصميم أو عيوب تصنيعية واسعة الانتشار.
- احذر أيضاً من أنّ بعض البلدان تملك أنظمة تجبر المصنعين والموزعين على إبلاغ الهيئة الحاكمة فوراً بشأن أي عيوب تتعلق بأمان المنتج أو أي علامات تحذير ناقصة يكتشفونها.
- إن أي منتج يلتزم بجميع الأنظمة الإلزامية والمعايير المتعلقة بالأمان قد لا يزال غير آمن لعملائنا. فمنتجاتنا تفي أيضاً بمعايير السلامة الخاصة بشركتنا. ونظراً لأن الأنظمة الإلزامية المتعلقة بالأمان تمثل الحد الأدنى من أمان المنتج، فإن أي منتج لا يفي بمعايير السلامة المطلوبة هذه يعتبر في أغلب الأحيان غير آمن.
- احرص على الاستماع إلى مخاوف الآخرين وضع في اعتبارك الآثار البعيدة المدى. فإن أي استفسار أو مشكلة يطرحها أحد الزملاء حول تصميم المنتج أو تصنيعه أو الملصقات الخاصة به قد يكون له تبعات على أمان المنتج.
- حتى إذا كانت وظيفتك المحددة لا تتضمن أي نشاط يتعلق باختبار المنتج أو مراقبة الجودة أو نشاط مشابه، فإنك مسؤول عن أمان المنتج. لذا، أبلغ الشخص المعني بأمان المنتج عن أي صعوبات قد تواجهها في استخدام منتجات الشركة والتي قد تدل على احتمال وجود مشكلة تتعلق بالأمان.



الحالة

لقد قمت بتطوير وظيفة ابتكارية جديدة من المحتمل أن تؤدي إلى رواج المنتج في السوق الراكدة. ولأن هذه الوظيفة جديدة، فإن الأنظمة ليست واضحة بشأن ما إذا كان يتعين تضمينها في ظروف اختبار المنتج أم لا. ونظراً لأن هذه الوظيفة تستهلك قدراً كبيراً من الطاقة، فإنك ترى أنه من المحتمل أن تكون نتائج الاختبار فضلى إذا تم إجراؤه مع إيقاف تشغيل هذه الوظيفة.



منتجات بمعايير عالية

تتمثل موثوقية منتجاتنا وقوة تحملها وأمانها في جوهر جميع أنشطة أعمالنا. فنحن نعمل على إغناء حياة عملائنا من خلال منتجات تتميز بالجودة الفائقة يمكنها تحمل الاستخدام القاسي للمستهلكين. وفي هذا الصدد، نجد أن التميز الواضح في عمليات التصميم والتصنيع الخاصة بنا والذي يقوم عملاؤنا باختباره كل يوم يعمل على إظهار التزامنا بتوفير قيمة دائمة للعملاء. وللوفاء بهذا الهدف، وضعنا معايير والتزمنا باتباع العديد من الأنظمة المصممة خصيصاً لحماية المستهلك. بدوره، يعمل هذا الأمر على تحدي قدراتنا لنعمل على تصميم وإنتاج وتسويق منتجات تفي بمعايير الجودة العالية ومستويات الأمان التي نلتزم باتباعها.



مبدأنا

ضمان أن جميع المنتجات تتوافق مع المتطلبات التنظيمية والمعايير الداخلية بالشركة المتعلقة بالموثوقية وقوة التحمل والأمان. لذا، اطرح عن أي مشكلات، مهما كانت صغيرة، حتى تتمكن الشركة من إظهار التزامها بإنتاج أدق المنتجات وأكثرها توافقاً في مجال الصناعة.

لمعلوماتك

تتعامل مواصفات المنتج مع مسائل شأن:

- الأمان الكلي للمنتج والمعايير الداخلية للموثوقية والثبات
- التوافق الكهرومغناطيسي
- المتطلبات البيئية بشأن محتوى المواد الخطرة وملصقات إعادة التدوير وتوفير استهلاك الطاقة
- اعتبارات التصميم المتعلقة بالقصر وكبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة
- متطلبات أخرى لضمان الجودة والتوافق مع المنتجات أو الخدمات الأخرى

تؤثر منتجاتنا على العديد من العملاء في جميع أنحاء العالم. ونظراً لهذا السبب، فإن عدم الالتزام بالأنظمة المتعلقة بمعايير المنتج يترتب عليه تبعات جسيمة شأن دعاوى قضائية من المستهلكين وتدمير العلامة التجارية والإضرار بسمعة الشركة وعقوبات مدنية وعمليات سحب المنتج باهظة التكلفة وخصومات قضائية باسم أفراد آخرين.

لا تحظى معاييرنا العالية بالتقدير في منتجاتنا فحسب، بل أيضاً من خلال الطريقة التي نسعى بها للحصول على هذا التقدير. بدوره، يعني هذا الأمر الحرص على الالتزام بالنزاهة التامة والاحترافية في السعي لتوثيق واعتماد جودة منتجاتنا. وفي هذا الصدد، يُطلب من الموظفين المسؤولين عن توكيد الجودة والمعايير أن يكونوا على اطلاع على **Standards Operation Principles** الخاصة بنا، وإظهار هذه المبادئ عند اختبار جودة منتجاتنا والتحقق من التزام المنتج. كذلك، احرص على إشراك خبراء محليين في ذلك للمساعدة على ضمان إدراك الشركة للمتطلبات التنظيمية المحلية وإتباعها لها.

الإجابة

باعتبارنا شركة تركز على التصميم والميزات الابتكارية من أجل إنشاء قيمة للعملاء، فإن منتجاتنا تتضمن في بعض الأحيان مواقف لا يكون القانون فيها واضحاً. هذا، ويجب أن يكون تركيزنا دوماً منصباً على تحقيق الجودة التي يتوقعها عملاؤنا من المنتجات التي نوفرها لهم بغض النظر عما هو وارد حرفياً في "نص القانون". بدوره، يعني هذا الأمر أننا يجب أن نتسم بالاحترافية بحيث نسعى للحصول على توضيح من السلطات التنظيمية، حتى إذا كانت الإجابة في غير صالح الشركة. ونظراً لأننا نتوقع من عملائنا استخدام هذه الوظيفة الجديدة في الاستخدام اليومي للمنتج، فمن الأفضل الاستفسار من الهيئات التنظيمية عما إذا كان من الضروري أيضاً تفسير مؤشرات الاختبار لتتضمن هذه الوظيفة الجديدة.



الطريق المستقيم

- إذا كانت وظيفتك تتضمن اختبار المنتج والجودة، فتأكد من أن جميع المنتجات التي تم تقييمها تفي بكل من معايير الجودة/الاختبار المحددة والأهداف الإجمالية للجودة/للاختبار من أجل تحقيق الموثوقية والجودة وقوة التحمل والأمان.
- تأكد من أن المنتجات أو أجزاء المنتجات أو مكوناتها التي تم تصنيعها بواسطة الموردين الذين نتعامل معهم تفي بالموصفات المحددة.
- احرص على رصد الأنظمة الجديدة المتعلقة بالمنتج في المنطقة التي تعمل فيها وقم بإبلاغها على الفور إلى الأفراد المسؤولين عن تطوير المنتج أو معايير المنتج.
- اسأل مديرك أو اتصل بالهيئة التنظيمية إذا لم تكن متأكدًا بشأن المعيار أو بروتوكول الاختبار الذي ينطبق على منتجاتنا.
- لا تقم باستبدال المواد أو المكونات المحددة والتي تم اختبارها بالفعل دون إتباع إجراءات الشركة المتعلقة بهذا الأمر.
- لا تسمح أبداً بإجراء اختبار خاطئ أو ناقص للمنتج. ويتضمن هذا الأمر:
- تزييف أو تعمد تضمين بيانات إيجابية فقط في الاختبار.
- إجراء اختبارات في ظروف اختبار منقوصة.
- محاولة التهرب من تطبيق بروتوكولات الاختبار المناسبة.

تحذير

- احرص على معرفة القواعد التنظيمية المتغيرة المتعلقة بمعايير المنتج. واسع دوماً إلى فهم هذه المتطلبات المهمة. كذلك، اعمد إلى الاستفسار عن عمليات الشركة حتى تتأكد تماماً من أن الشركة تقدم منتجات تتوافق بشكل كامل مع هذه القواعد.
- كن على حذر من الشكاوى التي تقدمها جماعات المستهلكين أو الهيئات التنظيمية أو الجهات المنافسة في ما يتعلق بالالتزام بمعايير المنتج أو أخطاء الملصقات.
- انتبه للتغييرات التي تحدث مع أي مورد في ما يتعلق بعمليات التصميم أو إبرام العقود أو التصنيع التي يقوم بإجرائها. فقد تؤثر هذه التغييرات بشكل سلبي على المواد التي يرسلها إلينا ما يتسبب بحدوث مشكلات في عمليات شركتنا.
- احرص على أن تضع في اعتبارك أي انحراف رئيسي عن النموذج الأساسي عند تصميم طرازات مختلفة عم منتجاتنا. تأكد دائماً من الإبلاغ عن هذه التغييرات بشكل مناسب. وتحقق ما إذا كانت هذه التغييرات تقتضي إجراء مراجعة للطرازات المختلفة للتأكد من وفائها بالمعايير.

عمليات تجديد مسؤولية للمنتجات

- في سياق خدمة زبائننا، نجدد يومياً كمية هائلة من المنتجات التي تُعاد ومن المنتجات التي تحتاج إلى التصليح. وبما أنّ شكل هذه المنتجات المجددة وطريقة عملها مثاليين، يبدو أنّ لا سبب يمنعنا من إعادة تغليفها وبيعها باعتبارها منتجات جديدة. ولكن، عليك معرفة التالي:
- على الرغم من أنّ منتجاتنا المجددة تشبه المنتجات الجديدة من الناحية الوظيفية، لكنها، ومن الناحية القانونية، لا تزال تُعتبر منتجات "مستعملة" ولا يمكن بالتالي بيعها بافتراض أنّها منتجات جديدة. تأكد من أنّ العملاء الذين يشترون منتجاتنا المجددة يعون بوضوح أنهم يشترون منتجات "مجددة".
 - يتوقع معظم العملاء أنّ يتمّ إصلاح منتجاتهم باستبدال القطع المعطلة بقطع جديدة. إذا لم تكن هذه الحالة، يجدر بك، ومن باب الحيطة، أن تعلن عن ذلك في كفالة المنتج بحث تتجنب إمكانية حدوث أي سوء تفاهم من جانب عملائنا.



الحالة

أنت تعمل في وظيفة تتصل بالعلاقات مع العملاء، وتتضمن إحدى مسؤولياتك تحليل البيانات التي يتم تجميعها من مراكز الاتصال التابعة لنا من أجل المساعدة في إنتاج منتجات فضلى تتميز بالجودة الفائقة. ويحتاج أحد أقسام التسويق في دولة أجنبية إلى بيانات أولية عن العملاء من المنطقة التي تعمل فيها لوضع استراتيجية تسويقية لطرح منتج جديد. وأنت تعرف أن مراكز الاتصال التابعة لنا تحصل على موافقة من المتصلين قبل طرح أي أسئلة: في هذا الموقف، تتساءل عما إذا كان من المناسب تقديم هذه البيانات إلى قسم التسويق.

حماية الخصوصية والبيانات

نظراً لأن عملياتنا التجارية حول العالم تشهد توسعاً هائلاً، فإننا نعتمد بشكل أكبر على المعلومات الشخصية لعملائنا في العديد من أنشطتنا التجارية. وعلى الرغم من أن التقنية قد أتاحت إمكانية الوصول إلى المعلومات الشخصية لأي فرد وزادت من سرعة تبادلها، فإنها تنطوي أيضاً على مخاطر بإساءة استخدام هذه المعلومات. وفي هذا الصدد، يعتمد عملاؤنا علينا لحماية المعلومات الشخصية التي يشاركونها مع الشركة من الاستخدام والإفصاح غير المقصود. ومن خلال إظهار النزاهة والحرص على تأكيد ثقة عملائنا بنا، فإننا نشجع أيضاً على مشاركة المعلومات الشخصية للمساعدة على إنشاء قيمة فضلى لعملائنا.

معرفة وإتباع القوانين وسياسة الشركة التي تتعلق بتجميع المعلومات الشخصية الخاصة بعملائنا والتعامل معها ومشاركتها بشكل مسؤول.

لمعلوماتك

يتم تعريف البيانات الشخصية بأنها الرموز والنصوص والصور والمقاطع الصوتية/مقاطع الفيديو والبيانات الأخرى التي يمكن استخدامها، بنفسها أو بالترايف مع معلومات أخرى، للتعرف على هوية أي شخص. بدوره، يعني هذا أن البيانات الشخصية تتضمن، في الحد الأدنى، ما يلي:

- الهوية الشخصية شأن أرقام التأمين الاجتماعي وأرقام رخصة القيادة.
- العديد من المعلومات غير الفريدة شأن العمر والحالة الاجتماعية والديانة والمهنة وحتى الاهتمامات أو الهوايات.

إننا نتعامل مع البيانات الشخصية على أنها معلومات سرية خاصة بالشركة من أجل حمايتها من الإفصاح غير المصرح به.

راجع أيضاً "أمان المعلومات وسريتها" في الصفحة 66.

إن الموظفين الذين يعملون في أقسام خدمة العملاء أو تقنية المعلومات أو المبيعات أو التوزيع أو التجهيزات أو الأقسام الأخرى ممن لديهم إمكانية الوصول بشكل دائم إلى المعلومات الشخصية الخاصة بالعملاء، يتحملون مسؤوليات خاصة بموجب **Corporate Personal Information Protection Rules** المتبعة في الشركة لضمان التعامل مع هذه المعلومات بشكل مسؤول.

الإجابة

يعد وضع استراتيجيات تسويقية فعالة أولوية في غابة الأهمية. كذلك، فإن التعامل بشكل مسؤول مع المعلومات الشخصية وإتباع القوانين ذات الصلة هما أيضاً من الأولويات المهمة. وتقتصر الموافقة على استخدام البيانات الشخصية بشكل عام على استخدامها لغرض معين. لذا، يتعين علينا احترام هذه القيود قبل مشاركة البيانات الشخصية. بدوره، يوضح هذا الأمر مدى نزاهتنا في طريقة تعاملنا مع عملائنا. وقد تتحمل الشركة مسؤوليات قانونية معينة في ما يتعلق بإرسال البيانات الشخصية عبر حدود الدول، ولاسيما البيانات التي يرجع أصلها إلى الاتحاد الأوروبي.





الطريق المستقيم

- لا تستخدم أو تحتفظ أو تتعامل إلا مع معلومات شخصية مقدمة إلى الشركة لغرض تجاري قانوني. اتبع القيود المتعلقة بكيفية سماح الشركة باستخدام هذه المعلومات.
- اتبع إجراءات الشركة المتعلقة بمشاركة المعلومات الشخصية مع جهات خارجية أو في دول أجنبية (خاصة فيما يتعلق بالاتحاد الأوروبي). واحرص على التأكد من عدم القيام بذلك إلا في حالة الضرورة ومن أن مزود البيانات يوافق مسبقاً وبشكل خاص على انتقال هذه المعلومات.
- احرص على حماية المعلومات الشخصية التي تحصل عليها أو تستخدمها لأنك بذلك تحمي المعلومات السرية الخاصة بالشركة. فعلى سبيل المثال، لا تترك ملفات أو سجلات تتضمن هذه المعلومات دون تأمينها ولا تقدمها إلى زملاء من دون وجود حاجة قانونية يقتضيها العمل.
- احترم حقوق مزود البيانات في ما يتعلق بمعلوماته الشخصية. ويتضمن ذلك الحق في عرض وتعديل وإتلاف وإلغاء الموافقة على استخدام أي معلومات شخصية قد عهد بها إلى الشركة.
- أبلغ عن الحالات التي يتم فيها الإفصاح عن معلومات شخصية بشكل غير ملائم أو فقدانها أو تعديلها.
- تجنب مشاركة المعلومات الشخصية أو الإفصاح عنها أو تعديلها أو إتلافها دون الحصول على موافقة مزود البيانات حسبما يقتضي الأمر.
- امتنع عن نقل معلومات شخصية خارج الدولة التي تم تجميعها فيها ما لم تكن متأكداً من أن القانون المحلي في هذه الدولة يسمح بذلك.
- لا تقبل معلومات شخصية من شركائنا في الأعمال من دون فهم الغرض من الموافقة على استخدام هذه المعلومات.
- لا تترك أي معلومات شخصية غير ضرورية أو لا صلة لها بالعمل على جهاز الكمبيوتر الخاص بك. أما إذا كانت المعلومات ذات صلة بالعمل، فقم فوراً بمسحها بمجرد انتهاء العمل.

تحذير

- لا يتم الحصول على جميع المعلومات الشخصية من خلال قنوات واضحة مثل مواقع ويب الخاصة بالشركة. فحتى مستندات ومواد العمل العادية التي نتعامل بها يومياً دون التفكير فيها قد تتضمن معلومات شخصية. لذا، من الأفضل حذف أي معلومات شخصية أو جعلها مجهولة الاسم عند مشاركة هذه المستندات داخل أو خارج الشركة.
- انتبه إلى:
 - أسماء ومعلومات جهة الاتصال الخاصة بالعملاء والتي تكون مضمنة في المعاملات التجارية اليومية مع شركاء قنوات التسويق والبائعين.
 - الاستقصاءات البحثية وسجل دعاوى العملاء والبيانات الأخرى المستخدمة للحصول على رؤية تسويقية متعمقة وتوكيد الجودة.
 - المعلومات الشخصية أو البيانات الموجودة في المنتجات التي يقوم العملاء بإرجاعها إلى الشركة شأن أرقام الهواتف المحمولة أو أجهزة الكمبيوتر.

المؤسسة الفضلى

لموظفينا

التوظيف العادل	26
التعامل في مكان العمل يقوم على الاحترام	29
مكان عمل صحي وآمن	32

نؤمن بشدة أن الأفراد يمثلون أكثر أصولنا أهمية، كما نؤمن أن احترام الموهبة الإبداعية للأفراد وروح المبادرة لديهم يمثل حجر الأساس الذي يقوم عليه إنشاء القيمة لعملائنا. ونعمل من خلال **"Respecting Human Dignity"** على تجسيد هذه المبادئ وتضمن مكان عمل يتسم بالإيجابية حيث يمكن أن تزدهر المهارات الابتكارية. كذلك، فإننا نخدم عملاءنا والعديد من حملة الأسهم الآخرين على أفضل نحو عندما نظهر احترامنا لزملائنا من الموظفين وكذلك عندما ندعم مكان عمل يتسم بالأمان والعدل والتنوع.



الحالة

تأهل اثنتين من الموظفين التابعين لك، رجل وامرأة، للترقية إلى منصب إداري. يملك كلاهما المستوى التعليمي نفسه والأقدمية والخبرة نفسها أيضاً. إن الموظف صاحب الأداء الأفضل هو امرأة. لم يسبق للقسم أن تضمّن عدداً كبيراً من النساء ولم يكن أي منهنّ يحتلّ منصباً إدارياً. تتساءل ما إذا كان بإمكان امرأة أن تتولى هذه المسؤولية في قسم لم يعتد أفرادُه أن تديره امرأة.



التوظيف العادل

نؤمن بأن مبدأ "Respecting Human Dignity" يمتدّ ليشمل على حد سواء جميع من نعمل معهم. وعندما نتخذ قرارات توظيف عادلة ومنصفة ونضمن تكافؤ الفرص، نستطيع استقطاب أفراد والاحتفاظ بهم وتنميتهم بسهولة أكبر كما نتمكن من رعاية الأفكار والقدرات. يساعدنا هذا الأمر على إيجاد جوّ من الإلفة والاحترام في مكان العمل، كما يساعدنا على تعزيز كل من الابتكار والإبداع الذين يخدمان عملاءنا وحملة الأسهم لدينا.



مبدأنا

التفكير في الجوانب التجارية القانونية فقط وإمكانات الأفراد وأدائهم عند اتخاذ قرارات تتعلق بالتوظيف.

الطريق المستقيم

- فلنكن كل قرارات العمل المتعلقة بالتوظيف، أو التعويض، أو الفوائد، أو التعليم، أو الترقية، أو التعيين، أو إعادة التعيين والبرامج الاجتماعية والترفيهية قائمة على احتياجات الشركة والمؤهلات الفردية.
- إذا اتخذت قرارات توظيف، فتأكد من أنك تفهم بصورة واضحة المتطلبات الوظيفية الموثقة بهدف المساعدة على تجنب القرارات القائمة على اعتبارات غير مناسبة أو غير ملائمة.
- إذا أجريت مقابلة مع موظفين محتملين، عليك معرفة الأسئلة غير المناسبة أو غير القانونية لأنها قد توهي بالتمييز الوظيفي. فعلى سبيل المثال، إن السؤال عن المعتقدات الدينية أو عما إذا كان المرشح متزوجاً أو لديه أولاد يُعتبر غير مناسب في العديد من البلدان. عند الشك، استشر ممثل قسم الموارد البشرية أو المسؤولين عن الشؤون القانونية للحصول على المساعدة.
- لا تمارس التمييز ضد أي فرد بالاستناد إلى اعتبارات غير مناسبة لا علاقة لها بالوظيفة. قد تشمل الاعتبارات غير المناسبة ما يلي:
 - العمر
 - العرق
 - لون البشرة
 - النوع الاجتماعي
 - الديانة
 - الجنسية أو بلد المنشأ
 - التوجه الجنسي
 - الإعاقة
 - خصائص أخرى لا علاقة لها بالوظيفة

الإجابة

إنك محق في القلق على النجاح المستقبلي للقسم حيث تعمل. وبالمثل، عليك القلق على نجاح مرؤوسيك والإسهامات التي يقدمونها للشركة. وفي هذا الصدد، يفرض علينا مبدأ "Respecting Human Dignity" معاملة الأفراد بناءً على مؤهلاتهم ومواهبهم وتجاهل المسائل غير الجوهرية. إضافة إلى ذلك، يجب أن يؤول التزامنا بخدمة عملائنا إلى توجيهنا لاختيار الفرد الذي يمكنه مساعدتنا على تحقيق هذا الهدف. لذا، اختر الشخص المناسب لهذه الوظيفة، وساعده بعد ذلك على تحقيق النجاح في عمله الجديد.





- كن حذراً إذا حدد شخص ما أن أداء وظيفة معينة لا يمكن أن يتم إلا من قبل شخص من نوع اجتماعي أو عمر أو خلفية محددة. ففي بعض الحالات، قد يكون للمنصب شروط معينة، مثل القدرة على رفع مواد ثقيلة. يجب أن يكون هذا الشرط جزءاً من الوصف الوظيفي ومنطقياً نظراً للأنشطة المرتبطة بالمنصب. إنما يجب ألا يتضمّن أي وصف وظيفي تمييزاً يشتمل الاعتبارات غير المناسبة المُدرجة في القسم "الطريق المستقيم".
- احذر من التوصيات بتوظيف متعهد أو جهة خارجية أخرى بالاستناد إلى اعتبارات غير مناسبة. فالتزام الشركة بتكافؤ الفرص ينطبق على جميع الأشخاص الذين يخدمون الشركة.
- قد يكون لبعض وحدات الأعمال أو الأقسام أو مجموعات العمل سياسات مختلفة حول الممارسات في مكان العمل مثل أيام الإجازات المرضية أو إجازة الأمومة. وقد تكون هذه التغييرات عائدة إلى قوانين وممارسات محلية. في كل الأحوال، يجب أن تكون هذه السياسات كتابية وأن تفي بالمتطلبات القانونية.
- تذكر أن "التنوع" لا يرتبط فقط بخلفية الشخص وإنما أيضاً بوجهة نظره وأفكاره. شجّع التنوع بشتى أشكاله لمساعدة الشركة على رعاية جوّ من الحلول الإبداعية والابتكار.



الحالة

تم تعيينك كمدير جديد على مجموعة صغيرة. تلاحظ خلال تعرفك على الموظفين في مجموعتك أن بعض الأشخاص يلقون نكات وتعليقات غير مناسبة أبداً في مكان العمل. ولكن لا يبدو أن أي من الموظفين الجدد يعتبر هذا السلوك غير لائق، لا بل يعتبرونه رابطاً يجمعهم كفريق. لذا، تتردد في اتخاذ أي إجراء من شأنه تغيير المبدأ الذي يجمع أعضاء هذا الفريق جيداً مع بعضهم بعضاً.

التعامل في مكان العمل يقوم على الاحترام

نقدّر مكان العمل الذي يراعي فيه جميع الموظفين بعضهم بعضاً وحيث يبدي كل شخص احتراماً للآخر في التفاعلات اليومية التي تحتّ الزملاء على ابتكار أفكار جديدة وتحدي التفكير الحالي بصورة بناءة والعمل مع العلم بأن الآخرين سيفقدون مساهماتهم. تؤدي الإلفة في مكان العمل إلى إيجاد فرص للأفراد لإحداث فرق - ما يقودنا إلى الابتكار من أجل عملائنا، وخدمة جميع حملة الأسهم لدينا على نحو أفضل والتوصل إلى أداء مهني وشخصي ذات مستوى أعلى.

تعامل مع الزملاء والآخرين باحترام وتقدير، وتجنب التصرف مع الآخرين بطريقة قد تُعتبر مهينة أو عدائية. امتنع عن التحرش بزميل أو بأي موظف آخر أو استغلاله أو تهديده.

لمعلوماتك

السلوك غير الملائم قد يتضمن التقليل من شأن الأفراد بسبب العمر أو العرق أو لون البشرة أو بلد المنشأ أو التوجه الجنسي أو الإعاقة أو أي من الخصائص الشخصية الأخرى.

وقد يتضمن:

- ما تقوله للآخرين، مثل أي تعليقات أو نكات أو حتى الطريقة التي تتكلم بها.
- الاتصال أو الحركات الجسدية أو البصرية.
- استخدام التكنولوجيا، مثل إرسال رسائل هاتفية أو رسائل نصية أو رسائل بريد إلكتروني غير ملائمة أو الوصول إلى مواقع ويب غير ملائمة.

كما يشتمل أيضاً السلوك غير الملائم على أي شكل من أشكال التحرش، أو التصرفات أو التعليقات أو الاقتراحات المهينة غير المرحب بها. قد ترتبط هذه التصرفات بظروف العمل (على سبيل المثال، التعويض أو الترقيّة أو التعيين في وظيفة) أو برغبة شخص ما أو عدم رغبته في المشاركة في وضع أو علاقة حميمة. وقد يشتمل أيضاً على سلوك من شأنه إنشاء جوٍّ غير مريح في العمل بالنسبة إلى الآخرين.

الإبلاغ عن المخاوف: إذا لاحظت أو شهدت على أي شكل من أشكال التحرش، فيتعين عليك الإبلاغ عنها إلى مديرك أو إلى ممثل قسم الموارد البشرية. ستتحرى الشركة بسرعة عن كل التقارير وتتخذ الإجراءات التصحيحية المناسبة. تمنع الشركة منعاً باتاً أي شكل من أشكال الأثر ضد أي شخص قام بالإبلاغ عن سوء سلوك مشبوه.

الإجابة

تتحمل كمدير مسؤوليةً فريدةً من نوعها تقضي برعاية مكان عمل يسوده الاحترام. ولا يعني ذلك معالجة سوء السلوك الفردي فحسب، بل أيضاً بناء جوٍّ لا يتساهل بأي شكل من الأشكال مع السلوك غير الملائم. يجب أن نعي بأنه لا يمكن التأكد ما إذا كان شخص ما يشعر بأنه موضع تحرش أو استخفاف بسبب سلوك غير ملائم. لهذا السبب، علينا أن نركز على ما إذا كان أي سلوك "غير ملائم"، وليس على ما إذا كان مقبولاً من الآخرين أم لا. فاعتياد الجميع على سلوك غير ملائم لا يعني أنه مقبول في مجموعتك.





الطريق المستقيم

- أظهر الاحترام والتقدير في تعاملك مع الزملاء وغيرهم من الأفراد.
- تجاوز مع تفاعل الآخرين مع أقوالك أو أفعالك.
- أبلغ مديرك أو ممثل قسم الموارد البشرية المختص عن أي تحرّش محتمل أو أي سلوك آخر غير ملائم تشهده.
- إذا كنت مديراً على موظفين آخرين، فانتبه بشكل خاص للسلوك غير الملائم من جهتك ومن جهة الموظفين الذين تكون مسؤولاً عنهم.
- لا تتصرف بطريقة قد يعتبرها الآخرون مهينةً أو مزعجةً أو تهديديةً أو تعسفيةً أو عدائيةً، بما في ذلك: التواصل مع الآخرين أو إخبار نكات أو استخدام عبارات تحط من شأنهم. الإيذاء أو القيام بحركات تحط من شأن الآخرين.
- لا تستخدم أجهزة الهاتف أو البريد الإلكتروني أو الكمبيوتر أو الاتصال بالإنترنت أو غيرها من التكنولوجيا لعرض محتوى غير ملائم أو إرساله للآخرين.
- لا تتصرف بطريقة قد تنشئ جواً عدائياً أو قد تجعل شخصاً آخر يخال أنه يجب أن يقبل بنوع من أنواع التحرش لاعتبارات تتعلق بالوظيفة.

تحذير

- تذكر أنه قد يتناهى إلى مسامح الآخرين ما تقوله. لذا، تجنّب التفوّه بتعليقات غير ملائمة قد تعتبر عدائيةً حتى أثناء المحادثات الخاصة مع أصدقائك.
- لكل منطقة ودولة عاداتها وتقاليدها وقواعد السلوك الخاصة بها. إذا كنت مسافراً أو تعمل في مكان بعيد عن موطنك، فاسع إلى فهم هذه الاختلافات والعمل بها. اعلم أن ما هو مناسب في موطنك قد لا يكون مناسباً في أي بلد آخر.
- كن على يقين أن منصبك الإداري أو تبوّءك منصب عالٍ يؤثر على تقبّل الآخرين لسلوكك. لذا، انتبه دائماً لأقوالك وأفعالك تجاه الأشخاص ذوي منصب أدنى من منصبك.
- احرص على التصرف بطريقة ملائمة مع الموظفين العاملين في الوحدات الوظيفية في الشركة. وهذا ينطبق على كل من الرجال والنساء.



الحالة

في السنوات القليلة التي أمضيتها في الشركة، لم ترَ قط أي شخص يمرض أو يتضرر بسبب العمل. ونظراً لكون قوانين بلدك لا تفرض تدابير احتياطية صارمة تتعلق بالأمان، وكون احتمال أن يتم فرض عقوبات تنظيمية متدنياً، تتساءل ما إذا كان بإمكانك غض النظر عن بعض القواعد التي تبدو مبالغاً فيها بالمقارنة مع المعايير المحلية.



مكان عمل صحي وآمن

تتوفر فرص عمل رائعة عندما يحتل كل من الصحة والأمان قائمة أولوياتنا. فالتزامنا بمبدأ "Respecting Human Dignity" يعني الدفاع عن مصالح الشركة والتصرف آخدين بعين الاعتبار راحتنا وراحة الآخرين الذين نشاركهم مكان العمل. ولأن راحة زملائنا على المحك، فنحن نلتزم بصورة دائمة بالقوانين؛ فمسؤوليتنا وهدفنا يتمحوران دائماً حول الصحة والأمان. بالإيفاء بالتزاماتنا، يمكننا تجنب أي نوع من الحوادث والإصابات. فالصحة والأمان يحتلان قائمة الأولويات ويجب علينا عدم التنازل عنهما من أجل تحقيق أي هدف آخر للشركة.



مبدأنا

تصرّف دائماً وشجّع زملاءك على التصرف بطريقة تأخذ بعين الاعتبار الحفاظ على مكان عمل صحي وآمن بما يتوافق مع القوانين والقواعد والمبادئ المناسبة الخاصة بالصحة والأمان.

لمعلوماتك

الشركة ملتزمة بالمثابرة على تحسين أدائها من حيث الصحة والأمان، وذلك عبر وضع سياسات وإجراءات ترعى صحة مكان العمل وأمانه وتلبي المعايير الصناعية وكافة المتطلبات القانونية والتنظيمية ذات الصلة. تعالج هذه الجهود المخاطر التي قد تؤذي الموظفين أو شركاء الأعمال أو قد تلحق ضرراً بالمنتجات أو بسمعة الشركة كشركة مسؤولة. نسعى إلى ترويج الممارسات الجيدة في سلسلة التوريد وفي المنتجات والخدمات التي نقدمها لعملائنا.

لتحقيق هذه الأهداف، على كل إدارة في الشركة أن تشجع الموظفين وتدريبهم جيداً لتلبية متطلبات الشركة المتعلقة بالصحة والأمان. على الموظفين والمدراء مراجعة قوانين الطاقة والبيئة والسلامة والصحة العالمية لمعرفة المزيد حول هذه المتطلبات وطريقة تحقيقها.

الإجابة

نفخر بصفتنا شركة بسجلنا الجيد من حيث الحفاظ على الصحة والأمان. ونادراً ما تحدث مشاكل تحديداً لأننا نتخذ احتياطات وندير الصحة والأمان بصورة فعالة. وهذا ليس بمحض الصدفة. فنحن نلتزم فعلاً بمبدأ "Respecting Human Dignity"، ما يشمل الخوف على صحة وأمان الآخرين وعلى صحتنا وأماننا أيضاً. ويمثل دليل وقانون البيئة الصحية والأمنة الخاص بالشركة التزامنا بالحفاظ على مكان عمل صحي وآمن. من الضروري أن نلتزم بهذه القواعد، مهما بدت صغيرة أو غير هامة. لا تنس أن وراء كل قاعدة، مهما كانت بسيطة، هدفاً معيناً.





الطريق المستقيم

- أبلغ عن الحوادث والإصابات وأي أوضاع غير آمنة في مكان العمل
- استخدم معدات واقية حسبما يقتضي الأمر.
- شارك في الدورات التدريبية المطلوبة المتعلقة بالصحة والأمان.
- اعمد إلى تسجيل البيانات والتقارير بدقة تامة المتعلقة بالعمليات التي تؤثر على الصحة والأمان.
- اعمل مع الموردين وشركاء العمل الآخرين لتعزيز الصحة والأمان بالنسبة إلينا وإليهم في أماكن العمل حيث يعمل كل منا.
- لا تتنازل أبداً عن صحة مكان العمل وأمانه من أجل تلبية أهداف عمل أخرى، وإن كانت هذه الأخيرة على درجة عالية من الأهمية. بدلاً من ذلك، ناقش المسألة فوراً مع مديرك.
- لا تبدأ أي نشاط إذا كنت غير متأكد من الإجراءات المطلوبة للحفاظ على الصحة والأمان.

تحذير

- غالباً ما تحصل حوادث العمل مع الموظفين الذين عملوا في الشركة لسنوات طويلة، وليس فقط مع الموظفين الجدد. لذا، كن متيقظاً بشأن الأمان لحماية نفسك والآخرين. لا تكن قدوة سيئة للآخرين.
- عند العمل مع موردين أو شركاء أعمال آخرين، اعرف ممارسات الصحة والأمان التي يجب إتباعها في العمليات الخاصة بمكان العمل لديهم.
- كن متيقظاً دائماً بشأن وضعك الحالي (مثلاً قلة الراحة، استخدام الأدوية) الذي قد يعرّضك والآخرين لمخاطر تتعلق بالصحة أو الأمان. تقع الحوادث عندما لا تتوقعها وعندما تصبح متساهلاً حيال الأمان. صارع مديرك إذا شعرت أنك لا تستطيع العمل في ظل وضعك الحالي.



تعامل عادل

مع شركائنا في الأعمال والسوق

جمع المعلومات التنافسية بمسؤولية	38
استخدام صحيح لمعلومات الغير	41
المنافسة العادلة	43
التعامل مع الجهات المنافسة	45
التعامل مع شركاء قنوات التسويق والموردين	48
اتصالات حذرة	51
احترام ملكية الغير الفكرية	54

يعتمد النجاح في خدمة عملائنا على قدرتنا على استقطاب وبناء علاقات مع العديد من عملائنا ومورديننا وشركاء قنوات التسويق والمتعهدين من أنحاء العالم. وتُعد المساواة وتكافؤ الفرص و"تحقيق النجاح من خلال إتباع القواعد" قيماً توجّه أعمالنا، في معاملتنا مع شركائنا وفي سلوكنا المهني في السوق. نحن نلتزم بهذه القيم. وبإبداء التزامنا بالمساواة وتكافؤ الفرص، نبني علاقات تقوم على أسس الاحترام والثقة. عندما نقر بالنجاح فقط بعد تحقيقه بشكل عادل، نضمن توافر بيئة عمل تكافئ الابتكار والإبداع الذين نخدم بهما عملاءنا.



الحالة

عندما أجريت مقابلةً مع موظفة من شركة منافسة من أجل وظيفة محتملة، عرضت عليك بعض المواد المتعلقة بوظيفتها الحالية. تبدو المواد وكأنها معلومات سرية خاصة بالجهة المنافسة وقد تساعد بالتالي القسم حيث تعمل في عملية المنافسة. لست المخطئ إن عرضت عليك هذه المعلومات. لذا، تتساءل عما إذا كان بإمكانها طلب ترك المواد "لتقييمها على نحو أفضل".



جمع المعلومات التنافسية بمسؤولية

يُعد فهم السوق ضرورةً لخدمة عملائنا. ونحن نقيّم المعلومات المتعلقة بالمنافسة وغيرها من المعلومات حول السوق لتحديد مصالح عملائنا واحتياجاتهم وطريق تحسين منتجاتنا وخدماتنا أو تعزيزها. من خلال هذه الجهود، نبرهن عن نزاهتنا عن طريق إبداء الاحترام لحقوق منافسينا وقواعد المنافسة العادلة التي تحميهم. بإظهار أننا نستطيع تحقيق النجاح من خلال إتباع القواعد، نعزز سمعتنا القائمة على الامتياز والأداء المتميز.



مبدأنا

استخدم المعلومات الخاصة بالبيئة التنافسية أو قم بجمعها فقط من مصادر شرعية تملك حق الوصول إليها.

الطريق المستقيم

- اعتمد على المصادر التي تم نشرها أو المصادر المتوفرة بصورة شائعة للحصول على معلومات حول المنافسة. من بين الأمثلة على ذلك، تقارير الأبحاث والصحف والمواد التسويقية.
- تأكد من أن الأطراف الذين يمدونك بمعلومات حول المنافسة يفهمون أننا لا نقبل إلا المعلومات التي يتم الحصول عليها بطريقة مشروعة.
- تحدث مع العملاء الحاليين أو المحتملين بشأن احتياجاتهم شرط ألا تكون المعلومات التي يمدوننا بها سرية، إلا إذا كنا مخولين الاطلاع على معلوماتهم السرية.
- أعلم الموظفين الجدد أنه يتعين عليهم الالتزام ببند أي من اتفاقيات السرية العامة أو أي التزامات مماثلة تربطهم بأرباب عمل سابقين أو بجهات أخرى.
- إذا قمت بتوظيف أي شخص سبق له أن عمل لدى شركة منافسة، لا تطلب الحصول على معلومات تنافسية سرية من ذلك الشخص.
- لا تقبل أي معلومات خاصة بجهة منافسة مباشرة من أي جهة منافسة. فذلك لن يُعد طريقة غير قانونية لجمع المعلومات التنافسية فحسب، بل فإن مشاركة المعلومات مع جهة منافسة قد يوحي أيضاً بوجود اتفاقية غير لائقة بين الجهات المنافسة. راجع أيضاً **"التعامل مع الجهات المنافسة"** في الصفحة 45.
- لا تكذب أبداً أو تسيء تقديم نفسك بهدف الحصول على معلومات تنافسية.
- لا تستخدم وكالة أبحاث أو شركة استشارات أو جهات أخرى للاشتراك في عمل لا يُسمح لك أو للشركة به.
- لا تطلب أو تقبل من أي شريك تجاري أي معلومات حول الجهات المنافسة لنا تعرف أنه حصل عليها شرط الحفاظ على سريتها.

الإجابة

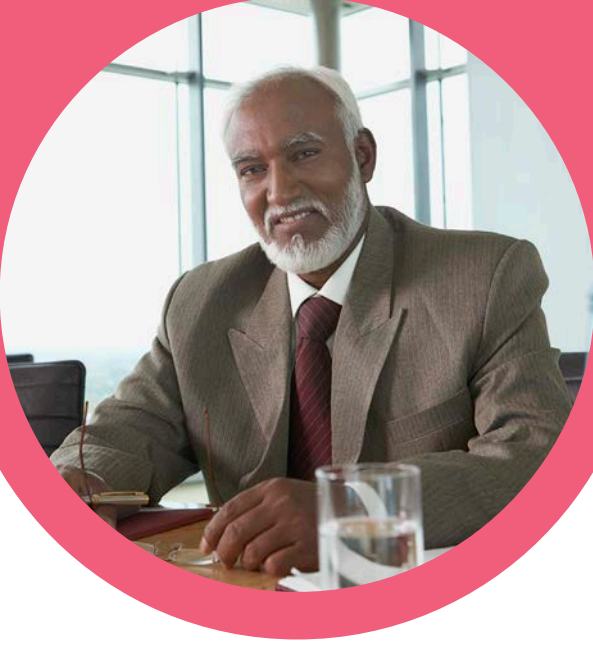
نتنافس مستندين إلى عملنا الدؤوب وأفكارنا المبتكرة وقدرتنا على فهم حاجات عملائنا، وليس إلى المعلومات التي لا يُسمح لنا بالحصول عليها. قد يكون من الملائم مناقشة بعض الأمور مع موظف جديد، شأن خبرة أحد الأشخاص في العمل ودرايته المهنية العامة. ولكن امتنع عن الطلب من أي شخص الإفصاح عن معلومات سرية تملكها شركة أخرى أو الإخلال بواجب الحفاظ على سرية بعض المعلومات. إذا عرفت بعض المعلومات السرية الخاصة بأي جهة منافسة، فاتصل بالمسؤولين عن الشؤون القانونية لتجنب أي شك حول قيامك بجمع معلومات سرية بشكل غير ملائم.



تحذير



- فكر ملياً قبل طلب أو قبول أي معلومات حول إحدى الجهات المنافسة من وكيل أو بائع تجزئة أو موزع أو مستشار يعمل لدى الشركة وسبق له أن عمل لدى جهة منافسة. اطلب توجيهات من المسؤولين عن الشؤون القانونية.
- توخّ الحذر من أي وكيل أو بائع تجزئة أو موزع أو أي جهة أخرى ترفض مناقشة وسائل جمعها للمعلومات التنافسية. فقد يوحي ذلك بأن هذه الجهة تتبع ممارسات مشبوهة.
- كن حذراً إذا ظهرت أي معلومات حول إحدى الجهات المنافسة بشكل مفاجئ من مصدر مجهول. اطلب توجيهات من المسؤولين عن الشؤون القانونية قبل مراجعة المواد.



الحالة

وجدت على مكتبك حزمةً من المواد السرية الخاصة بشريك تجاري. تتذكر أن شركاءنا غالباً ما يشاركوننا معلومات حول مخططاتهم ومنتجاتهم للترويج لمجموعات جديدة من الأعمال بين الشركات. ستكون المعلومات مفيدة للغاية لا سيما أنك تخطط لإطلاق منتج جديد.

استخدام صحيح لمعلومات الغير

فالنزاهة تجاه شركائنا في الأعمال تعني الإيفاء بوعدنا وإبداء الاحترام لحقوق شركائنا ومصالحهم التجارية. تماماً كما نتوقع من الآخرين احترام المعلومات السرية الخاصة بالشركة، نسعى إلى القيام بالمثل في ما يتعلق بالمعلومات الخاصة بعملائنا وشركاء قنوات التسويق والموردين وغيرهم من شركائنا في الأعمال.

انتبه عند الحصول على معلومات تخص جهات أخرى واستخدامها ومشاركتها، واتبع توجيهات الاستخدام الملائمة عند القيام بذلك.

الطريق المستقيم

- كن حذراً من قبول معلومات سرية خاصة بجهة منافسة محتملة لأن القيام بذلك قد يتسبب بتضارب من حيث معرفة مصدر الفكرة الأول.
- اسأل العملاء وشركاء الأعمال عن شروط الاستخدام عندما يزودونا بمعلومات سرية خاصة بهم للاستخدام التجاري.
- عند مشاركة معلومات خاصة بالآخرين، تأكد من تحديد بأنها تخص جهة أخرى.
- لا تتسبب أبداً إبرام اتفاقية سرية قبل قبول أي معلومات سرية. إذا ساورك أي شك، اسأل المسؤولين عن الشؤون القانونية.
- لا تستخدم المعلومات المحددة على أنها معلومات سرية تخص جهة أخرى من دون فهم توجيهات الاستخدام المناسبة أو قيوده.

تحذير

- اطلع على شروط الاستخدام التي توافق عليها الشركة عند قبول معلومات سرية خاصة بشريك تجاري. تأكد من أن الشركة تستطيع الإيفاء بهذه البنود وأن هذه الأخيرة لا تفرض قيوداً غير متوقعة على أنشطتنا التجارية، مثل منع الشركة من متابعة منتج أو مفهوم تجاري مماثل.
- كن حذراً من أي معلومات لا تبدو وكأنها متوفرة في العلن ولا تخص الشركة ولا تشير إلى الجهة التي تملكها. فقد تكون هذه إشارة إلى أنه تم الحصول عليها بطريقة غير ملائمة من شركة أخرى. لا تفترض بكل بساطة أن زملاءك قد تحققوا من هذه التوجيهات.

الإجابة

إنها لفكرة سديدة أن تسأل المسؤولين عن الشؤون القانونية إذا كنت لا تعرف مصدر المعلومات أو لا تملك أي تعليمات حول حقوق استخدامها. قد يتطلب قبول معلومات سرية أن تنتقد الشركة ببعض الالتزامات تجاه الشريك، وقد لا نقبل هذه البنود. ومع أنه قد يكون قد تم الحصول على هذه المعلومات بطريقة ملائمة وقد نملك حق استخدامها، إلا أن التحقق من الشروط والحقوق يظهر نزاهة واحتراماً لشريكنا التجاري.





المنافسة العادلة

ندرك أهمية السوق التنافسية التي تشجع الشركات على الابتكار لخدمة مصالح عملائنا ومجتمعنا على أفضل وجه. وإن إتباع قواعد المنافسة العادلة التي تسمح بوجود أسواق قوية وشديدة التنافس عامل أساسي للحفاظ على قدرتنا على الابتكار وإنشاء قيمة لعملائنا. عندما نتبع هذه القوانين، لا نحسن مجتمعنا فحسب، بل ونساعد أيضاً شركتنا وشركاءنا التجاريين على تقديم قيمة فضلى للعملاء. إننا نلتزم بقوانين المنافسة العادلة في كافة البلدان حيث نعمل. بهذه الطريقة، لا يؤدي التزامنا بالمنافسة العادلة إلى بناء الثقة بين شركاء الأعمال والمستهلكين فحسب، بل يساعدنا أيضاً لنصبح شركة أقوى وأكثر إبداعاً.



افهم أن قوانين المنافسة العادلة مقعدة للغاية وتختلف بحسب المنطقة القضائية. لذا، قد يكون من الصعب تحديد ما يُعد انتهاكاً لهذه القواعد. لقد نفذت بعض البلدان قواعد من شأنها توسيع نطاق قوانينها خارج حدودها وقد شددت العديد منها إجراءات تطبيق القوانين والعقوبات.

إذا كان عمك يتضمن البيع أو التسويق أو الأبحاث والتطوير أو التخطيط للإنتاج أو استيراد المعدات أو المواد أو التفاوض مع شركاء قنوات التسويق أو الموردين، فيتعين عليك بشكل خاص فهم سياسة المنافسة العادلة الخاصة بالشركة وطريقة تطبيقها في عمك. للحصول على مزيد من المعلومات، راجع إرشادات الشركة العامة حول المنافسة العادلة.

لمعلوماتك

بصورة عامة، تمنع قواعد المنافسة العامة أو تقيد ما يلي:

- أي اتفاقية أو تفاهم بين الجهات المنافسة، أو أي شركة وعمالها، أو شركاء قنوات التسويق أو الموردين من شأنها تقييد المنافسة بصورة غير عادلة.
- أي شركة من استغلال مركزها في سلسلة التوريد أو السوق لاكتساب ميزة تتفوق من خلالها بشكل غير عادل على الشركات الأخرى، لا سيما علاقات الأعمال الأقل أهمية.
- أي عملية دمج أو استحواذ أو مشروعات مشتركة أو غيرها من التحالفات التجارية المحتملة التي من شأنها منع المنافسة العادلة، من دون مراجعة وموافقة من الحكومة أو الهيئة التنظيمية.

يواجه الأفراد الذين ينتهكون قواعد المنافسة العادلة عقوبات جنائية قاسية تشتمل على أحكام بالسجن وغرامات هائلة. ينطبق ذلك على كل الأفراد المتورطين في هذه الأعمال. كما أن العواقب مدمرة بالنسبة إلى الشركة بحيث أنها قد تؤدي إلى فرض غرامات باهظة وإلى إنشاء دعاوى قضائية كبيرة وقيود على طريقة ممارستنا الأعمال في البلد المعني. لهذه الأسباب، إن الشركة حذرة جداً من تعارض الأنشطة التجارية مع هذه القواعد.

اتبع هذه التوجيهات لتجنب المشاكل:

1. قم بتقدير مهني مستقل - اتخذ قرارات بالاستناد إلى تقييمك الموضوعي لأي وضع آخذاً بعين الاعتبار الوقائع والخيارات المتوفرة.
2. أخبر المسؤولين عن الشؤون القانونية في حال تلقيت اقتراحات حول سلوك غير قانوني من إحدى الجهات المنافسة.
3. اطلب المساعدة عندما لا تكون واثقاً من الإجراء المناسب الذي يجب اتخاذه.
4. أطلع المسؤولين عن الشؤون القانونية على أي اتصالات من سلطات تطبيق القانون. لا تقدم أي مستندات أو مواد من دون موافقة المسؤولين عن الشؤون القانونية.



الحالة

يطلب منا أحد شركاء قنوات التسويق التابع للشركة البيع بأسعار منخفضة جداً. يصرّ البائع على موقفه مدّعياً أن منافسنا قد باع أيضاً بهذا السعر بل اقترح هذا السعر في المقام الأول. ما لم يطرأ تغيير هام وهائل في السوق من دون علمك، تظن أنه من غير المحتمل أن تقترح الجهة المنافسة هذا السعر. تفكر في التحقق من هذا السعر مع الجهة المنافسة للتأكد من رواية شريك قنوات التسويق.

المنافسة العادلة: التعامل مع الجهات المنافسة

نود أن نبدي احتراماً للجهات المنافسة وأن نتجنب الأوضاع التي توحى بوجود تفاعلات غير ملائمة. بصورة عامة، قد تنشئ العلاقات بين الجهات المنافسة مشاكل بالنسبة إلى المنافسة العادلة. إن واجبنا الأول هو خدمة عملائنا. لذا، نقوم بخدمتهم عن طريق دعم القواعد التي تشجع الابتكار المتواصل والنجاح المستمر في سوق قوية وشديدة التنافس.

لا تبرم أي عقد أو اتفاقية أو تفاهم رسمي أو غير رسمي أو ضمني مع جهة منافسة من دون موافقة المسؤولين عن الشؤون القانونية. اطلب التوجيهات المناسبة قبل تشجيع الشركة على إتباع أنشطة الجهة المنافسة. فقد يسيء المنظمون تفسير هذه الخطوة ويعتبرونها كخطوة مضادة للتنافس.

لمعلوماتك

- ليس من الضروري أن تكون الاتفاقيات غير الملائمة متعلقة بأسعار المستهلك فقط. فالاتفاقيات قد تتمحور حول أي شيء من شأنه التأثير على الأسعار أو خيار المستهلك، مثل:
 - تثبيت الأسعار - الاتفاق على أي شكل من التسعير لشركاء قنوات التسويق أو العملاء، بما في ذلك، على سبيل المثال، استخدام صيغ تسعير أو حسومات أو تخفيضات أو الاتفاق على الأسعار التي يجب دفعها للموردين.
 - العطاءات التواطئية - الاتفاق على طريقة العطاء لأعمال عميل أو شريك قناة تسويق، مثلاً عن طريق الاتفاق على السعر أو شروط أخرى يتم ذكرها في عرض العطاء. يتم ذلك بصورة نموذجية بهدف جعل إحدى الجهات المنافسة تفوز بفرصة مع عميل والجهة المنافسة الأخرى تفوز بالفرصة التالية.
 - اتفاقيات التشغيل أو الإنتاج أو التوزيع - الاتفاق على مستويات أو حدود أخرى لإنتاج منتجات أو توزيعها أو الاتفاق على أنشطة تشغيلية أخرى.
 - تخصيص السوق أو المنطقة أو العميل - الاتفاق على تقسيم الأسواق أو المناطق أو العملاء ليتم خفض المنافسة في كل موقف.
 - المقاطعات الجماعية - الاتفاق على عدم ممارسة أعمال مع بعض الأفراد أو المجموعات من العملاء أو الموزعين أو الموردين، مثلاً، إلى أن توافق هذه المجموعة على أسعار أو شروط أخرى محدّدة أكثر.
- ليس من الضروري أن يتم تنفيذ الاتفاقيات أو إبرامها بشكل صادق لتكون غير قانونية. فالمحاولات الفاشلة للتوصل إلى اتفاقية لم يكن أي طرف ينوي الإيفاء بها قد يُعتبر محاولة تواطؤٍ لانتهاك قانون المنافسة العادلة.

الإجابة

لا يُعد تبادل معلومات حول الأسعار مع جهة منافسة حلاً صحيحاً أبداً؛ لا بل يعتبر غير قانوني في بعض البلدان. يجب أن نتنافس بالاستناد إلى قرارات التسعير الخاصة بنا والاستناد إلى القيمة الفعلية التي نقدمها لمنتجاتنا وخدماتنا إلى عملائنا. نحتاج إلى فهم المنافسة من حيث الأسعار باستخدام البيانات التي نحصل عليها بطريقة مشروعة.





الطريق المستقيم

- تجنب تجمعات الجهات المنافسة التي ليس لها غرض مهني محدد أو جدول أعمال محدد بمواضيع مناقشة قانونية.
- عندما تبدأ مناقشة في تجمع قانوني لجهات منافسة بالتحرك إلى موضوع الأسعار أو مواضيع دقيقة أخرى:
- أعلن بشكل صريح أن هذه المناقشة مخالفة لسياسة الشركة.
- اترك المناقشة وتأكد من تسجيل إعلانك ومغادرتك.
- أبلغ المسؤولين عن الشؤون القانونية بالوضع على الفور.
- لا تتبادل معلومات مع جهة منافسة من دون موافقة المسؤولين عن الشؤون القانونية أو موافقة "شاملة" وعامة على تبادل معلومات حول الشركة. على سبيل المثال، لا تقم بتبادل معلومات حول:
 - الأسعار
 - ناتج المنتج
 - قوائم العملاء
 - مناطق البيع
 - البنود الائتمانية

تحذير

- تجنب أي مناقشة أو تبادل معلومات أو غيرها من الاتصالات مع أي جهة منافسة. إذا قد تتم إساءة تفسير التفاعلات الأكثر براءة ما يؤول إلى الإضرار بسمعة الشركة.
- قد تكون بعض الأنشطة بين المنافسين، مثل المشروعات المشتركة أو برامج الأبحاث، مناسبة عندما يكون الهدف هو خدمة عميل ما بحيث أن لا تستطيع أي شركة القيام بذلك بمفردها. ولكن اطلب دائماً الحصول على توجيه من المسؤولين عن الشؤون القانونية قبل المناقشة الأولى في ما يتعلق بهذا الترتيب مع أي جهة منافسة.



الحالة

إن شركتنا هي العميل الوحيد لأحد الموردين. في فترة علاقتنا، واجهنا بعض الخلافات التي قد يكون المورد قد اعتبرها ممارسات غير عادلة بحقه. على الرغم من ذلك، فالعلاقة لا تسير بشكل جيد بالنسبة إلى الشركة وتريد وضع حد للعلاقة.



المنافسة العادلة: التعامل مع شركاء قنوات التسويق والموردين

تشمل المنافسة العادلة الطريقة التي نتفاعل بها مع المنافسين والموردين وشركاء قنوات التوصيل والمتعهدين وغيرها من شركائنا في الأعمال. فعلاقتنا يجب أن تركز أولاً وأخيراً على خدمة عملائنا والعمل بصورة فعالة مع شركائنا في الأعمال، وليس تقييد التجارة العادلة بصورة غير عادلة. وللقيام بذلك، نسعى جاهدين لبناء ثقة متبادلة وتعاون مع شركائنا في الأعمال عبر ضمان تكافؤ الفرص لهم وإظهار إنصاف وشفافية في كل معاملتنا المهنية.



مبدأنا

أحرص على إظهار الإنصاف والنزاهة في كل علاقاتنا التجارية مع شركاء قنوات التسويق والموردين وغيرهم من شركائنا في الأعمال. توخّ الحذر عند اقتراح أسعار البيع بالتجزئة على شركاء قنوات التسويق أو عند وضع أحكام وشروط الشراء مع موردينا.

لمعلوماتك

قد تشمل الأنشطة غير الملائمة التي تتعلق بشركائنا في الأعمال:

- رفض التعامل - عدم ممارسة أعمال مع شريك محتمل أو سابق من دون أي سبب شرعي. قد توجي هذه الجهود بمحاولة تخصيص عملاء مع إحدى الجهات المنافسة.
- الاستغلال غير العادل لمركز تعامل عال - استخدام مركز الشركة العالي في التعامل مع أحد الموردين أو شركاء قنوات التسويق لممارسة الضغط من أجل فرض أسعار غير عادلة أو رفض أو تأخير تسديد دفعة أو فرض أهداف مبيعية أو إعادة تحديد بنود أعمال أو التدخل في الإدارة أو غيرها من الأنشطة غير العادلة.
- تمييز الدعم الحكومي أو الأسعار - تحديد الأسعار لبعض شركاء قنوات التسويق خارج هيكل الأسعار المطبق عادةً ومن دون أي سبب وجيه. وقد ينطبق تقديم الدعم غير المالي هنا أيضاً.
- التعامل الحصري مع بعض الشركاء أو المناطق - وضع بنود تقيّد بشكل غير منطقي حرية شركائنا في ممارسة الأعمال. ويشمل ذلك التعامل فقط بشرط ألا يتعامل شريكنا مع جهة منافسة وتحديد مناطق بيع حصرية.
- الحفاظ على أسعار إعادة البيع - الطلب من شريك قناة تسويق بيع منتجات الشركة بسعر معين أو وقف معاملات البيع مع هذا الشريك بسبب قرار التسعير الخاص به أو فرض عقوبة على شريك قناة التسويق لعدم حفاظه على أسعار إعادة البيع بالاستناد إلى شكوى شريك آخر.
- ترتيبات الربط - الطلب من شريك أن يبيع إلى أو يشتري من الشركة لتقوم الشركة بالمثل مع الشريك، إما كترتيب بيع بالجملة أو لمنتجات محددة غير مترابطة.
- التسعير الجائر - تحديد أسعار منخفضة بشكل غير عادل لشركاء قنوات التسويق أو العملاء، مثلاً دون سعر الكلفة، أو شراء بأسعار مرتفعة جداً من الموردين بهدف استبعاد المنافسين.

لمعرفة المزيد حول مبادئنا ومعاييرنا عند التعامل مع شركائنا في العمل، راجع سياسة المشتريات الخاصة

LG Electronics بـ

الإجابة

للشركة حق اختيار شركائها في الأعمال. كما نود بذل كل الجهود الممكنة لمساعدة شركائنا في الأعمال على النجاح. وطالما أننا نتخذ هذه القرارات بالاستناد إلى بيانات واقعية ومنطق سليم، فلن نواجه على الأرجح أي تعارض مع قواعد المنافسة العادلة. ابذل جهداً صادقاً لإقناع المورد بأن هذا القرار قد تم اتخاذه على أساس عادل ومعقول. وتؤكد أيضاً من توثيق قرارك بالاستناد إلى أداء المورد. من الأفضل مراجعة المسؤولين عن الشؤون القانونية بشأن هذا الموقف قبل قطع روابط الصلة مع المورد.



الطريق المستقيم

- قبل وضع مقاييس جديدة لأسعار التوريد وقرارات أخرى حول الطريقة التي ستتعامل فيها الشركة مع شركائها في الأعمال، راجع سياسة التوريد العام الخاصة بالشركة "Goodbook" للتأكد من أن المخططات المقترحة لن تؤدي إلى إبرام صفقات غير عادلة مع شركائنا في الأعمال.
- راجع مع المسؤولين عن الشؤون القانونية الاستراتيجيات التسويقية أو الترويجية أو التسعيرية التي قد تجعل الشركة تميز بين شركائها في الأعمال.
- قم بتوضيح أسبابنا أو مقاييسنا أو معاييرنا المعتمدة لدى اتخاذ القرارات عندما تضم هذه الأخيرة تغييرات هامة في الأسعار أو الكميات أو غيرها من البنود التي تحدد علاقات الأعمال الخاصة بنا. تأكد من أن شركاءنا يفهمون أن الشركة تتخذ هذه القرارات على أسس عادلة وموضوعية.
- استند إلى معايير عادلة وموضوعية عند اتخاذ أي قرارات تضم شركاء أعمال منافسين أو عند إنهاء أعمال مع علاقة تجارية حالية. تأكد أيضاً من أنك تستطيع تقديم مستندات تثبت اتخاذ هذا القرار بشكل منطقي وقانوني.
- لا تجبر أبداً شركاء قنوات التسويق على البيع بأسعار تجزئة محددة. يمكن اقتراح أسعار تجزئة موصى بها، لكن قد يتعارض أي تهديد أو معنى ضمني يقضي بإيقاف الصفقات أو الحوافز أو تطبيق عقوبة مع القوانين التنافسية العادلة.
- لا تتقابل مع اثنين أو أكثر من شركاء قنوات التسويق في الوقت نفسه لمناقشة مسائل قد تنتهك نزاهة المنافسة، شأن اختيار شريك قناة التسويق أو تقسيم المناطق.
- لا تعقد أي اتفاقية أو اتفاق قد ينتهك روح المنافسة العادلة من دون مراجعة الأمر مع المسؤولين عن الشؤون القانونية أولاً.

تحذير

- قد تشمل أي عقود أو اتفاقيات أو اتفاقات تعفدها الشركة مع شركائها على بنود قد تجعل الشركة تنتهك معاييرها أو المتطلبات القانونية الأخرى.
- في بعض الأحيان، قد يكون شركاء أعمال الشركة منافسيها أيضاً. وفي هذه المواقف، يصبح تطبيق معايير المنافسة العادلة أكثر صعوبة وينبغي عليك استشارة المسؤولين عن الشؤون القانونية.
- انتبه بشكل خاص إلى الحالات التي يعتمد فيها الشركاء الأصغر حجماً بشكل كبير على أعمالنا. ففي هذه الحالات، من المحتمل أن يتم اعتبار الإجراءات التي تكون في غير صالح الشريك كإساءة لوضعنا في سلسلة التوريد.
- في حالة رفضك لعمل محتمل مع شريك أعمال معين من دون إبداء سبب وجيه، قد تشكل سلطات المنافسة العادلة والمؤسسة المرفوض التعامل معها في أن الشركة تتآمر لتخصيص العملاء أو أنها تحاول تقوية وضعها المهيمن بطريقة مؤذية.



الحالة

بعد التحدث مع أحد شركاء قنوات التسويق، اقتنعت بأن الجهة المنافسة علي وشك رفع الأسعار. واستنتجت أن ذلك قد يكون علامة جيدة لتتمكن الشركة أيضاً من رفع أسعارها. ثم تفكر في كتابة توصية إلى مديرك مفادها أنه "ينبغي على الشركة رفع أسعارها نتيجة لمعرفتك بأن الجهة المنافسة سترفع أسعارها".

المنافسة العادلة: الاتصالات الحذرة

تبدي الشركة التزامها بالمنافسة العادلة أيضاً من خلال اتصالاتها الداخلية والخارجية. فما نقوله أو نكتبه يحدد شكلاً معيناً للطريقة التي نتنافس بها كما أنه يعكس الجهود الشاقة التي نبذلها لضمان عدم انتهاك ممارساتنا لقواعد المنافسة العادلة. فنحن نلتزم حتى بتجنب ظهور أي شكل من أشكال انتهاك المنافسة العادلة. لذا، احرص دائماً على أن تضع في اعتبارك المنافسة العادلة في تواصلك حول أنشطة الشركة.

توخ الحذر دائماً في كل اتصالات الشركة الشفهية والكتابية المتعلقة بأمور المنافسة العادلة، ولا تثير مطلقاً إلى أن الشركة مهتمة بإجراء اتفاقات تنطوي على منافسة غير عادلة.

لمعلوماتك

تأتي اتصالات الشركة في عدة أشكال يمكن أن تساعد جميعها في دعم سمعة الشركة أو الإضرار بها. وتتضمن هذه الاتصالات ما يلي على سبيل المثال:

- المذكرات المكتوبة ورسائل البريد الإلكتروني والملاحظات المكتوبة على لوحات الورق والرسائل الفورية.
- العروض التقديمية الرسمية للشركاء والعملاء والموردين والإدارة والزملاء.
- التصريحات التي يتم الإدلاء بها في مقابلات الشركاء واجتماعات الصناعة أو المقابلات الصحفية وحتى في المحادثات غير الرسمية.

الإجابة

إن سؤال العملاء عن الأسعار التي تعرضها الجهة المنافسة والحصول على معلومات عن السوق من مصادر أخرى شأن وكالات الأبحاث يعتبر أمراً مشروعاً وملئاً لموظفي المبيعات والموظفين الآخرين. ولكن يعتبر الحصول على هذه المعلومات من الجهة المنافسة مباشرةً أمراً غير ملائم. فعند تقديم مثل هذه المعلومات الحساسة، ينبغي أن تكون واضحة ودقيقة حول مصدر المعلومات حتى لا تظهر أي أسئلة تتعلق بطريقة حصولك عليها. ففي هذه الحالة، تكون قد حصلت على المعلومات بشكل ملائم ولكن مذكرك إلى مديرك توضح حصولك عليها بطريقة غير ملائمة - أي من الجهة المنافسة مباشرةً. وبالتالي، يتعين عليك إعادة صياغة رسالتك بشكل صحيح.





الطريق المستقيم

- احرص على مراعاة معايير المنافسة العادلة عند التواصل بشأن الشركة وأنشطتها، شفهيًا أم كتابيًا.
- افترض أنه قد تتم مراجعة كل اتصالات الشركة من قبل سلطات قانونية.
- تجنب اللغة المضللة التي قد تعطي انطباعاً سيئاً عن أنشطة الشركة التنافسية.
- تجنب التعليقات حول اتجاهات الصناعة، شأن الأسعار، والتي قد تشير إلى توصل الشركة إلى اتفاق مع منافسيها.
- حدد مصدر أي معلومات تنافسية في كتاباتك لتوضح أنه تم الحصول عليها بطريقة ملائمة. راجع أيضاً "جمع المعلومات التنافسية بمسؤولية" في الصفحة 38.
- لا تقلل مطلقاً من شأن الجهات المنافسة أو منتجاتها أو خدماتها. فيجب أن تكون أي مقارنات بين المنتجات أو الخدمات حقيقية ومدعومة بدلائل. راجع أيضاً "تسويق مسؤول" في الصفحة 12.
- لا تستخدم أي مصطلحات قد تعطي انطباعاً سيئاً عن طريقة تعاملنا مع الجهات المنافسة. وتتضمن المصطلحات التي تجب مراعاتها ما يلي:
 - "إبعاد الجهات المنافسة عن السوق"
 - "الإضرار بالمنافسة"
 - "سنهيمن على السوق"
 - "التعاون مع الجهات المنافسة"
 - "نلتزم باتفاق مشترك" مع الجهات المنافسة

تحذير

- التزم بالأوامر القانونية أو المتطلبات الأخرى التي تستوجب الاحتفاظ باتصالات الشركة المتعلقة بدعوى قضائية أو طلب تنظيمي أو أي إجراء قانوني آخر، حتى لو تم تمييز هذه المواد بواسطة إجراءات الاحتفاظ الخاصة بالشركة ليتم تدميرها. فقد يؤدي التدمير غير الملائم لهذه الاتصالات إلى ضرر بالغ للشركة.
- راجع أيضاً "الاحتفاظ الجيد بالسجل واستبقاؤه" في الصفحة 75.



الحالة

تم بيع أحد منتجات الشركة بشكل مذهل في بلد آخر نتيجة لحملة إعلانية ناجحة بالاستعانة بشخصية مشهورة. ونتيجة لشهرة هذه الشخصية في بلدك أيضاً، أنت متأكد من أن إعادة استخدام هذه الإعلانات في البلد حيث تعمل سيكون طريقة غير مكلفة وفعالة لزيادة المبيعات. وبما أن الشركة قامت بترخيص حقوق الإعلان لهذه الشخصية المشهورة، لن يكون عليك سوى إعادة صياغة الإعلانات لتلائم اللغة وأسلوب الحياة في بلدك.



احترام ملكية الغير الفكرية

إن المنافسة العادلة تعني إبداء الاحترام لحقوق الملكية الفكرية للغير. فتماماً مثلما نتوقع من الآخرين احترام ملكيتنا الفكرية، نلتزم العدل عند احترام الملكية الفكرية للآخرين كما نتوخى الحذر عند تطوير أفكارنا الخاصة. ففي هذه الشركة ذات التقنية المتقدمة التي يجب فيها تطوير الأفكار الجيدة سريعاً لنحتفظ بمكانتنا التنافسية، توضح طريقة اهتمامنا بحقوق الملكية الفكرية للغير التزامنا الحقيقي بهذه المبادئ.



مبدأنا

احترم حقوق الملكية الفكرية للغير. واستخدم هذه المعلومات أو المواد فقط عندما يكون لدينا الحق للقيام بذلك، مثل الحصول على إذن من المالك.

الطريق المستقيم

- ابحث للتحقق من أن المواد أو المعلومات أو الوسائط (كالصور والمقاطع الصوتية ومقاطع الفيديو) أو الأفكار الأخرى التي نحصل عليها أو نخطط لاستخدامها غير مملوكة من قبل جهة أخرى. وإذا كان الأمر كذلك، فحدد متطلبات استخدام هذه المعلومات.
- تأكد من إدراكك التام لشروط وبنود الملكية الفكرية التي قامت الشركة بترخيصها للاستخدام.
- لا تستخدم أي تصميم أو تقنية أو وسائط أو معلومات مملوكة من قبل شركة أو شخص آخر من دون الحصول على إذن باستخدامها.
- لا تستخدم أو تتبادل مطلقاً الأسرار التجارية للغير التي لم تحصل عليها أنت أو الشركة بطريقة مشروعة.

تحذير

- توخّ الحذر وتحقق من أن المكونات التي يوفرها موردونا لاستخدامها في منتجاتنا النهائية لا تستخدم أي تقنية تعتبر ملكية فكرية لجهة أخرى.
- كن حذراً من الصور والمقاطع الصوتية ومقاطع الفيديو والوسائط الأخرى الموجودة على إنترنت والتي تبدو للوهلة الأولى كمواضع متاحة للاستخدام المجاني. ولا تفترض أن هذه المواد متاحة للاستخدام من دون ترخيص.
- علاوةً عن ذلك، احذر عند استخدام رمز مفتوح المصدر. وعلى الرغم من أنه يمكن عمومًا نسخ رمز مفتوح المصدر و/أو دمجها في منتجات برنامجنا، تذكر أنه يُسمح، في الحقيقة، بهذا الاستخدام فقط بموجب شروط الترخيص المحددة (كفتح رمز المصدر الخاص بنا).
- اعرف أن المواد التي ينشرها الزملاء عبر البريد الإلكتروني قد تكون ملكية فكرية لجهة أخرى، وبذلك تكون مقيدة في طريقة استخدامها وتبادلها. فبوجه عام، اعتبر المقالات وتقارير الأبحاث والمستندات الأخرى المنشورة ملكية فكرية للغير.

لمعرفة المزيد، راجع **Patent Operations Management Principles**

و **Software Compliance Policy** الخاصة بنا.

راجع أيضاً "حماية ملكية الشركة الفكرية" في الصفحة 69.

الإجابة

نريد أن نبدي احتراماً وإجلالاً لحقوق الملكية الفكرية الخاصة بالغير - وهذا لا يتضمن الجهات المنافسة فحسب، بل وشركاءنا في الأعمال أيضاً. ويتضمن ذلك البحث عما يجب ولا يجب فعله وفقاً للاتفاق الذي عقدناه مع شركائنا في الأعمال. وفي هذه الحالة، من المهم معرفة أن كل تراخيص الإعلان تقريباً تتمتع بقيود تتعلق بالمنطقة الجغرافية. فنحن نبني الثقة مع شركائنا من خلال الاجتهاد والحذر عند استخدام حقوق ملكيتهم الفكرية.



الحالة

حجزت سلطات الجمارك شحنة من مواد خام مهمة لأسابيع عدة. لم تعط السلطات الجمركية أي تفسير عن التأخير. وعلى الرغم من الجهود التي تبذلها، تجد أنّ الاتصال بالموظف المسؤول عن حل المشكلة ليس بالأمر السهل. فيتصل بك "وسيط جمركي" يدّعي بكل ثقة أنّه يستطيع تخليص الشحنة غدًا في حال تركته يتولى زمام الأمور.



ممنوع دفع رشوات أو مبالغ غير مشروعة

يتطلّب التزامنا بـ Jeong-Do Management (الإدارة وفقاً للمبادئ) و"تحقيق النجاح باتّباع القواعد" أن نظهر أعلى معايير النزاهة والشفافية في معاملتنا مع عملائنا، وشركائنا في الأعمال، ومجتمعنا. بالقيام بذلك، يتوجب علينا أن ندير عملياتنا بطريقة عادلة وشفافة، وألا نلجأ أبداً إلى الرشوات أو أساليب غير مشروعة أخرى لدفع أهدافنا إلى الأمام.



مبدأنا

بغض النظر عن البلد الذي ندير فيه أعمالنا، لا تعرض دفع رشوات أو تعد بدفعها، أو السعي للحصول على فوائد غير مشروعة في الأعمال.

تحذير

- 'الرشوة' هي عرض مبلغ مالي أو أي شيء قيم أو الوعد بإعطائه أو منحه لموظف حكومي بنية التأثير بطريقة سلبية عليه للحصول على عمل أو الاحتفاظ به أو خلاف ذلك لضمان أي منافع غير مشروعة في الأعمال
 - 'موظف حكومي' لا يعني فقط ممثلي وكالة حكومية، لكن يتضمن أيضًا موظفي شركات تملكها الدولة ووكلائها، وممثلي أحزاب سياسية، والمرشحين عن منصب سياسي، ومسؤولين عن مؤسسات عامة/خيرية تُعتبر بمثابة جهات حكومية (بالإضافة إلى ذلك، تجدر الملاحظة إلى أنه حتى عندما لا تكون الجهة المعنية مسؤولاً حكوميًا، يبقى إعطاء المال أو أي شيء قيم بنية التأثير بشكل سلبي على مهامه أو مهامها الرسمية عملاً غير قانوني في غالب الأحيان)
 - 'الأشياء القيمة' لا تتضمن فقط الدفعات المالية والهدايا والوجبات والدعوات الترفيهية، لكن قد تشمل على أي شيء كإعادة المصاريف أو إجراء حسومات عند شراء منتجاتنا أو خدماتنا، أو قطع وعود بالتوظيف أو حتى إسداء معاريف شخصية
 - 'المنافع في الأعمال' تتضمن الامتيازات/التسهيلات في ما يتعلق بالجمارك والضرائب وتأثيرات الدخول والموافقات الحكومية وأيضًا اكتساب فرص عمل جديدة من خلال المناقصات الحكومية، إلخ.
- الرشوة هي جريمة جزائية خطيرة في كل بلد نعمل فيه، ويمكن أن تكون العقوبات شديدة بحق الفرد كما الشركة. لا تعاقب البلدان الفساد المحلي فقط، بل تقاضي بصرامة عمليات الرشوة التي تحدث خارج البلاد من خلال تطبيق الولاية القضائية خارج الإقليم. على سبيل المثال، فرضت بعض البلدان مثل الولايات المتحدة عقوبات لمكافحة الفساد على الشركات غير الأمريكية من خلال تحويل لاسلكي واحد أرسل عبر بنك يقع في الولايات المتحدة أو بريد إلكتروني أرسل عبر خادم يقع في الولايات المتحدة. حتى ولو كان يُعتبر إعطاء رشوات أمرًا اعتياديًا في البلد الذي تعمل فيه، لا يجوز أبدًا الاعتقاد بأن القيام بذلك مسموح أو آمن.**
- حتى ولو قام وكيلنا أو موظف في مشروع مشترك بعملية رشوة، يمكن أن تُعتبر الشركة أيضًا مسؤولة إذا علمنا أو توجب علينا أن نعلم بذلك.**

الإجابة

عند التفكير في توظيف وسطاء أو مستشارين أو جهات أخرى لحل مسائل قانونية أو إدارية مع الحكومة المحلية، عليك أن تتوخى الحذر من إمكانية لجوئهم إلى الرشوات أو إلى أساليب غير مشروعة أخرى. ومن المهم تذكر أننا سنعتبر مسؤولين ليس فقط عن أعمالنا بل عن أعمال الجهات الأخرى التي تعمل بالنيابة عنا.



الطريق المستقيم

- عند توظيف وكيل أو مستشار أو وسيط لجهات أخرى للاهتمام بالشؤون الحكومية كالجمارك والضرائب وتأشيرات الدخول والموافقات:
 - تحقق ما إذا كان وكيل الجهات الأخرى على علاقة وثيقة بالمسؤول الحكومي ذي الصلة أو تربطه به علاقة سابقة خاصة.
 - راجع رسوم الوكيل لتبين ما إذا كانت معقولة وراقب المصاريف الفردية المتكبدة لتبين ما إذا كانت ضرورية لتأدية عمله أو عملها.
- يمكن تقديم السلع الترويجية غير باهظة الثمن ومتواضعة، ووجبات بين الحين والآخر والدعوات الترفيحية كبادرة لياقة وشراكة. لكن، هذه الوجبات أو الهدايا أو الدعوات الترفيحية:
 - يجب أن تكون معقولة بما لا يقبل الشك بحيث لا تعتبر تمييزاً، ولا يجد الشخص الذي حصل عليها نفسه مجبراً على رد الجميل.
 - يجب أن تُقدّم على الملأ وبطريقة شفافة للحؤول دون إمكانية حصول سوء تفاهم بأنها دفعة غير مشروعة.
- عند التعويض للمسؤول الحكومي عن مصاريف السفر أو المصاريف الأخرى، اعرض دفع المصاريف المتكبدة فعلياً فقط والتي كانت ضرورية لتأدية العمليات المرتبطة بالعلاقات الحكومية المشروعة كمناسبات عروض المنتجات، إلخ.

تحذير

- إذا وظفت خبير محلي مستقل لحل شؤون قانونية أو متعلقة بالضرائب أو الجمارك أو الموافقات الحكومية، عليك أن تراقب الخبير لمعرفة ما إذا كان يشارك في عملية رشوة أو نشاطات غير مشروعة أخرى لصالح الشركة. احذر من:
 - الخبراء الذين أوصى بهم الموظف المسؤول أو الذين تربطهم علاقة وثيقة معه؛ وهم الخبراء الذين لا يتمتعون بأي مؤهلات بارزة غير أنهم على معرفة شخصية بالموظف المسؤول المعني
 - عندما يرغب الخبير في الحفاظ على سرية اتفاقية التوظيف الخاصة به أو عندما يرفض الموافقة على أحكام مكافحة الرشوة.
 - رسوم العمولة أو المطالبات الكبيرة بشكل غير معقول والمتعلقة بالتعويض عن الأموال المصروفة، والفواتير المبهمة أو المشكوك فيها، أو مطالبات التعويض عن الأموال المصروفة غير المدعومة بوثائق كافية
 - عندما يطلب الخبير (أو الموظف المسؤول ذو الصلة) دفع المصاريف إلى بلد آخر، أو جهات أخرى غير ذي صلة، أو نقدًا أو بأي أموال لا يمكن تتبعها لسبب غير محدد
 - عند المشاركة في صفقات تتطلب تدخلاً كبيراً من الحكومة (كالمعاملات العقارية أو الأمنية)، يطلب الموظف المسؤول أن يتم التعامل عبر الخبير فقط
- حتى عند التبرع إلى مؤسسة خاصة، إذا كان يُعتبر رئيس المؤسسة (بمثابة) مسؤول دولة أو تمّ التبرّع بطلب من موظف حكومي، يمكن اعتبار هذا الأمر أيضاً كرشوة في بعض الحالات

العناية بمجمعاتنا

حماية البيئة	62
تبادل تجاري دولي مسؤول	65

يمثل جيراننا المخلصون جزءاً مهماً من نجاح شركتنا. كما تزودنا المجتمعات حيث نعيش ونعمل بالموظفين الكفاء والبيئة الداعمة والاحترام، ما يعتبر أساساً لازدهارنا. وفي المقابل، سنواصل عملنا كشركة مخلصه للمجتمع. فنحن نلتزم بالاستجابة الدائمة لتوقعات مجتمعاتنا كما نعمل بفعالية على وضع وتحقيق الأهداف والمعايير من أجل تحسين حياة جيراننا.



الحالة

قدمت لك إحدى شركات معالجة النفايات التي تتعامل مع الشركة منذ فترة طويلة عرضاً يقضي بتوسيع نطاق اتفاق العمل معها. وعلى الرغم من أن الخدمات المعروضة تعد أكثر شمولية، يبدو السعر المطلوب ممتازاً. كذلك، أنت على يقين أن هذه الصفقة ستوفر الكثير من التكاليف وأنه حتى في حال وجود شيء مشكوك فيه، فستقع المسؤولية على الشركة الأخرى وليس على الشركة. ولذلك، تفكر في الموافقة على هذه الصفقة.



حماية البيئة

لطالما أبدت الشركة التزاماً ثابتاً بحماية البيئة. فنحن ندرك أن المشكلة الواحدة اليوم قد يكون لها أثر طويل الأمد وواسع النطاق على المجتمعات المحلية في الغد. لذا يفرض علينا اهتمامنا بمجتمعاتنا والبيئة الطبيعية أن نفكر بعناية في حماية البيئة. كذلك، تلتزم الشركة بالعمل بشكل مسؤول في ما يتعلق بتأثير عملياتنا على البيئة والمساعدة على ضمان قيام سلسلة التوريد التابعة للشركة بالأمر نفسه أيضاً.



مبدأنا

قم بتنفيذ جميع عمليات الشركة بطريقة تبدي التزامنا بحماية البيئة في ما يتعلق بمنتجات مورديننا وعمليات التصنيع على وجه الخصوص.

لمعلوماتك

تبدي الشركة التزاماً شديداً نحو حماية البيئة، بما يتضمن مبادرات التصميم الصديق للبيئة والملصقات الصديقة للبيئة وبرنامج بيئي ومبادرات تقييم دورة الحياة. كذلك، تصدر الشركة تقرير الاستدامة الخاص بها كل عام حول مدى تقدم مبادراتها البيئية مقابل أهدافها.

ينبغي إدراك مسؤوليتنا تجاه البيئة وفقاً لمعايير الشركة العامة حتى لو كانت الأنظمة المحلية لا تفي بمستوى التزامنا. فالأنظمة البيئية دائمة التطور كما أن الضرر البيئي يدوم لوقت طويل للغاية. وهذا يعني أنه حتى إذا كان القانون يسمح بالأثر البيئي الضار في وقتنا الحالي، فإنه ستنتم السيطرة عليه في النهاية من خلال المعايير المستقبلية الأكثر صرامة.

لمعرفة المزيد حول التزامنا القوي بالبيئة، راجع:

- مبادئ الشركة المتعلقة بالمنتجات الصديقة للبيئة
- معايير إدارة المواد الخطرة لمنتجات LGE
- قوانين الطاقة والبيئة والسلامة والصحة العالمية
- معايير إصدار شهادات للشركاء في الأعمال عن مدى التزامهم بالمعايير الصديقة للبيئة

الإجابة

لا نقتصر إدارة التكاليف على الفوائد قصيرة الأمد فحسب. بل إن مسؤوليتنا البيئية تمتد خلال سلسلة التوريد بأكملها وصولاً إلى مجتمعاتنا المحلية لضمان أن أعمالنا ككل لا تؤثر بشكل سلبي عليها. ولهذا السبب ينبغي علينا الاهتمام بصفقات أو أنشطة شركائنا المشكوك فيها، والتي قد تضر بالشركة وحملة الأسهم على المدى البعيد.



الطريق المستقيم

- قم بتصعيد أي مخاوف بيئية تتعلق بأي من جوانب عملية تطوير المنتج التي تشترك فيها إلى مديرك.
- إذا كنت تدير عمليات من شأنها التأثير على البيئة، فاتبع برامج وإجراءات الشركة من أجل:
 - وضع أهداف ملموسة لتقليل أثر العمليات على البيئة.
 - مراقبة معدل التقدم لتحقيق هذه الأهداف والتحقق منه، مثلاً من خلال تقييم بيانات الأداء البيئي.
- مراقبة التغييرات في الأنظمة البيئية المحلية. تأكد من إبلاغ موظفي البيئة والسلامة والصحة (ESH) والملائمين بهذه التغييرات على الفور حتى يكون لدى الشركة الوقت الكافي لإجراء التعديلات على منتجاتها وعملياتها.
- لا تسمح لعمليات الشركة الجديدة أو التغييرات التي تطرأ عليها بالانحراف عن أهداف الشركة في ما يتعلق بحماية البيئة.
- لا تتغاضى عن الأنشطة المشكوك فيها للموردين أو المتعهدين أو حتى شركاء قنوات التسويق فقط لعدم كونهم جزءاً من الشركة. قم بإبلاغ مديرك أو موظفي البيئة والسلامة والصحة (ESH) الملائمين في حال انتهاك عمليات أحد شركاء العمل - التي تخدم الشركة - للمتطلبات البيئية القانونية أو التنظيمية.

تحذير

- تؤثر جميع جوانب عمليات تصميم منتجات الشركة والحصول على المواد الخام والتصنيع والتسويق والتوزيع والتخلص من النفايات على حماية البيئة. وحتى إذا كان عملك لا يتعلق بشكل مباشر بأحد هذه الأنشطة، فقم بمراعاة الطريقة التي يؤثر بها عملك على أي منها وعلى مسؤولية الشركة تجاه البيئة.
- ابقَ على دراية بمدى الامتثال البيئي لشركائنا في الأعمال. فعلى الرغم من إمكانية اعتماد أحد الشركاء كصديق للبيئة، ينبغي على الشركة متابعة مراقبة أعماله أو المنتجات التي يوفرها لنا من أجل ضمان استحقاقه للشهادة.



الحالة

يستورد القسم الذي تعمل فيه العديد من المنتجات عالية التقنية والتي لا تتدرج بشكل دقيق ضمن فئات التصنيف التقليدية، وتقوم دائماً بتقديم أفكارك حول الطريقة التي ينبغي بها تصنيف هذه المنتجات إلى مكتب الجمارك الحكومي المحلي. ولكن عادةً ما يستغرق الأمر عدة أسابيع حتى يتم الرد الأمر الذي يبطئ عمليات الاستيراد الخاصة بمجموعة عمالك. ونظراً لأن مكتب الجمارك غالباً ما يصدّق على أفكارك بأي حال، تساءلت حول فائدة الانتظار لعدة أسابيع قبل إنهاء مستندات الاستيراد الخاصة بالمنتج.

تبادل تجاري دولي مسؤول

كشركة عالمية، لا تؤثر أنشطتنا التجارية الدولية على عملائنا فحسب، بل وتؤثر أيضاً على المجتمعات التي نجري فيها عملياتنا التجارية حول العالم. ويعتبر إدراك وإتباع الأنظمة المحلية التي تحمي أمن كل بلد وحقوقه الدولية إحدى الطرق التي نبدي بها اهتمامنا بالمجتمعات التي تدعم أعمالنا حينما نعمل.

إذا كان عمالك يتطلب نقل أي مواد أو منتجات بين البلدان، فكن على معرفة بمتطلبات الاستيراد أو التصدير أو الحظر أو المقاطعة الخاصة بالبلدان التي تتعامل معها. كذلك، احرص على معرفة أي قيود معينة مفروضة على نقل معدات حساسة خارج بلد ما أو نقل معلومات حساسة إلى أي شخص ليس من مواطني هذا البلد.

لمعلوماتك

يحتاج الموظفون الذين يعملون عن قرب في عمليات الاستيراد أو التصدير على وجه الخصوص إلى معرفة وإدراك المتطلبات التجارية والسياسات والإجراءات الأخرى للشركة لضمان الامتثال للقوانين التجارية الدولية.

تتضمن الضوابط التجارية ما يلي:

- تتضمن عمليات الاستيراد دقة المستندات وملصقات بلد المنشأ وتصنيفات المنتج وبيانات القيمة (حتى للعناصر التي ليست لها قيمة نقدية، مثل مكونات أو تقنيات المنتج غير القابلة للتسويق).
- تتضمن عمليات التصدير بشكل نموذجي التصديق على الشحن إلى بلد آخر. كذلك، قد تغطي ضوابط التصدير أيضاً نقل البيانات الفنية أو برامج الكمبيوتر خارج البلاد، على كمبيوتر محمول مثلاً، وكذلك مشاركة معارف وتقنيات معينة حساسة مع موظف ليس من مواطني هذا البلد. وتمتلك الشركة العديد من التقنيات الاستراتيجية التي تخضع لقيود التصدير.
- تقيد قرارات الحظر أو المقاطعات التبادل التجاري مع بلدان أو شركات معينة أو أفراد معينين.

الإجابة

سيؤدي استخدام تصنيفات جمركية غير مصدق عليها في غالب الأمر إلى انتهاك المتطلبات التنظيمية. وفي حال حدوث ذلك، سيتم تعليق عملية الاستيراد بدلاً من مجرد تأخيرها. كذلك، تؤدي هذه المواقف إلى زيادة إشراف مفتشي الجمارك على الشركة، ما يزيد من صعوبة نقل المنتجات عبر الجمارك في المستقبل؛ حيث يعتبر التسليم بحدوث التأخيرات نتيجة للشكوك التنظيمية مثلاً لالتزامنا بالاهتمام بمجتمعنا. هذا، وتجدر الإشارة إلى أن تطوير إجراء لعمليات الاستيراد يفترض أن مهلة الانتظار ستدوم لبضعة أسابيع سيكون الطريقة الفضلى لإبداء مثل هذا الالتزام.





الطريق المستقيم

- راجع مديرك أو موظفي الدعم التجاري الدولي المناسبين إذا كنت غير متأكد من المستندات أو الإدخالات الصحيحة على مستندات التصدير أو الاستيراد.
- لا تثق بسهولة بكلام العميل حول دقة مستندات التصدير/الاستيراد التي تم إكمالها. فقد تتحمل الشركة مسؤولية أي بيانات غير صحيحة.
- لا تقم مطلقاً بتوفير أي بيانات فنية أو خاصة تتسم بالحساسية إلى شخص ليس من مواطني بلدك ما لم تكن متأكدًا من أن هذا الشخص مسموح له بالحصول على مثل هذه البيانات.
- كن على معرفة بالوجهة المقصودة والنهائية لكل المواد المحددة لعملية التصدير.

تحذير

- كن حذراً من مستندات التصدير أو الاستيراد القديمة أو غير المكتملة أو غير الصحيحة أو المكتملة بشكل غير سليم. فقد تؤدي هذه المستندات إلى عقوبات تتضمن فرض محظورات أو قيود على حقوق التصدير والاستيراد. وقد يلحق هذا الأمر ضرراً بالغاً بقدرة الشركة على التبادل التجاري. ولذلك، يُفضل فحص المستندات بدلاً من تعريض الشركة لمخاطرة الضرر البالغ نتيجة لفرض الجزاءات أو القيود.
- راقب محاولات الأفراد في البلدان الأخرى لشراء منتجات الشركة من خلال قنوات تسويق غير قانونية في بلادها.
- كن حذراً من الأفراد الذين لا يرغبون في توفير معلومات دقيقة وكاملة وفي حينها حول عمليات التصدير أو الاستيراد. وعلى الرغم من أن الموقف قد يكون بسيطاً وغير مؤذٍ، إلا أنه قد يشير أيضاً إلى محاولة لخداع الشركة أو المنظمين.

عائدات ضخمة

للمساهمين

أمان المعلومات وسريتها	70
حماية ملكية الشركة الفكرية	73
اتصالات إلكترونية مناسبة	76
الاحتفاظ الجيد بالسجل واستبقاؤه	79
استخدام المعلومات الداخلية بشكل مسؤول	82
إفصاح حذر للعامّة	85

إن القيمة التي يحصل عليها حملة الأسهم هي ثمار خدمتنا لعملائنا ومساهمينا ونجاحنا في كسب ثقتهم الغالية. ونستطيع توفير عائدات مالية كبيرة للمساهمين عند مواصلة خدمة عملائنا من أجل تعزيز نجاح الشركة على المدى الطويل. ولتحقيق ذلك، نأخذ على عاتقنا مسؤولية احترام وحماية أصول الشركة التي أودعها إلينا المساهمون لنعتنى بها إلى جانب تزويدهم بالمعلومات التي يحتاجونها لاتخاذ القرارات الاستثمارية المستنيرة. فالاحترام والنزاهة والخدمة لعملائنا هي الطريقة التي نجعل بها شركتنا استثماراً يفخر به المساهمون.



الحالة

استعانت الشركة بشركة خارجية لتقنية المعلومات من أجل إنشاء قاعدة بيانات بحثية لمختبراتنا. وسيكون الأمر أكثر فعالية إذا تمكنت الشركة والمطورون من الوصول التام إلى بياناتنا البحثية الموجودة من مكاتبهم الخاصة أثناء المشروع. وهناك عدد قليل من الأفراد الذين يعملون على المشروع خارج الشركة، ولذلك تظن أن توقيع اتفاقيات السرية مع كل فرد سيحمي الشركة على نحو فعال.



أمان المعلومات وسريتها

تؤدي معلومات الشركة السرية دوراً رئيسياً في خدمتنا للعملاء وعملنا مع شركائنا في الأعمال على نحو فعال. فنحن نحفظ بميزتنا التنافسية من خلال الحفاظ على سرية معلومات معينة وحمايتها من التهديدات الأمنية. كما أن تجنب الإفصاح غير المرغوب فيه يعتبر أمراً حيوياً لزيادة فعالية هذه المعلومات. فإذا كنت تتمتع بإمكانية الوصول إلى المعلومات السرية أو المعلومات الأخرى الحساسة للشركة، فاتخذ الخطوات اللازمة لاستخدام هذه المعلومات وحمايتها بشكل ملائم. إن هذه الإجراءات ستساعد على حماية هذه الملكية القيمة للشركة ومساعدة الشركة في الحفاظ على مكانتها التنافسية.



مبدأنا

أحرص على فهم وإتباع سياسات الشركة لاستخدام وتبادل وحماية المعلومات السرية الخاصة بالشركة. وخذ على عاتقك مسؤولية الحفاظ على أمان المعلومات ومنع الإفصاح غير المسموح به عن معلومات الشركة السرية التي بحوزتك.

لمعلوماتك

من المهم أن تدرك وتتبع سياسات أمان معلومات الشركة التي تحمي أصول الشركة من المعلومات السرية والمعلومات الأخرى المهمة من الإفصاح غير المسموح به والتهديدات الخارجية. ويتضمن ذلك ما يلي:

- إجراءات أمان الأفراد والإجراءات القانونية لحماية معلوماتنا السرية من الإفصاح غير المسموح به بواسطة موظفي الشركة الحاليين أو السابقين وشركائنا في الأعمال.
- أمان المستندات وسريتها.
- الأمان المادي للتحكم بالوصول غير المصرح به إلى منشآت الشركة واستخدام وسائط التخزين الإلكترونية.
- أمان أجهزة الكمبيوتر والشبكات لحماية الشركة من التهديدات الأمنية الخارجية.

لا تقتصر معلومات الشركة السرية على المواد التي تحمل كلمة "سري". ولكنها تتضمن كل معلومات الشركة التي يلزم السيطرة عليها لحماية مصالحنا الإدارية. وتستخدم الشركة الطريقة التالية لتصنيف معلوماتها:

- سرية - المعلومات التقنية أو الإدارية الرئيسية التي من شأنها إلحاق ضرر بالغ بالشركة إذا تم الإفصاح عنها. ولا يمكن تبادل المعلومات المصنفة كمعلومات "سرية" مع أي موظف أو شخص غريب ليس من المالكين الأصليين، إلا بموجب إجراءات صارمة للتصديق على ذلك.
- للاستخدام الداخلي فقط - يتم بشكل أساسي تصنيف كل منتجات العمل التي نتجها في أنشطتنا التجارية اليومية كمواد "للاستخدام الداخلي فقط". ويعني هذا الأمر أنه يمكن تبادل المعلومات والمواد التي نتجها خلال عملنا مع زملائنا على أساس "معلوماتك"، ولكنها غير مخصصة للإفصاح عنها إلى الآخرين خارج الشركة من دون الخضوع لإجراءات التصديق والحماية القانونية.

الإجابة

لتمكين المؤسسات الأخرى من الوصول بسهولة إلى معلومات الشركة، يعتبر إبرام اتفاقية سرية خطوة مبدئية جيدة. وبرغم ذلك، ينبغي أيضاً اعتبار مدى حساسية المعلومات التي ستحصل عليها المؤسسة الأخرى. فبعض معلومات الشركة حساسة للغاية، ولا توجد أي طريقة للتعويض بشكل مجدٍ عن الضرر الذي قد يسببه الإفصاح غير السليم عن هذه المعلومات حتى إذا اتخذنا الإجراءات القانونية لحل مثل هذه المواقف. وهذا أحد الأسباب التي تكمن وراء أهمية الدراية والمعرفة بقواعد أمان معلومات الشركة وسريتها. إذا كانت لديك أي أسئلة، فتحدث مع مديرك عن هذه الأمور المهمة.



الطريق المستقيم

- اتبع إجراءات أمان معلومات الشركة لتبادل معلومات الشركة مع الآخرين. ويتضمن ذلك الحصول على تصديق ملائم وإبرام اتفاقية سرية مع متلقي المعلومات.
- عند إرسال معلومات سرية إلى جهة خارجية بالبريد الإلكتروني، أرسل "نسخة" (CC) إلى الشخص الذي صدّق على هذا الإرسال، مثل مديرك أو قائد المشروع.
- حافظ على الأمان المادي لمنشآت الشركة، وبخاصةً عند استقبال ضيوف في مكان العمل بالشركة. واتبع أيضاً قواعد الشركة لاستخدام وسائط التخزين ومعدات التسجيل داخل مبنى الشركة.
- اعمل على حماية كمبيوتر العمل الخاص بك من التطفل. وحافظ دائماً على برامج وإعدادات أمان النظام المخصصة واحرص على تحديثها.
- لا تترك معلومات الشركة السرية مهمةً أو في أماكن يستطيع الآخرون الوصول إليها بسهولة، مثل تركها على مكتبك أو في خزانة ملفات غير مؤمنة.
- لا تصطحب مواد العمل إلى المنزل أو ترسلها إلى بريد إلكتروني غير تابع للشركة أو حساب لتخزين البيانات على إنترنت من دون إتباع إجراءات الشركة المحددة للقيام بذلك.
- لا تناقش معلومات الشركة السرية أو المعلومات الحساسة الأخرى مع الأصدقاء أو المعارف.
- لا تناقش تفاصيل عملك السرية عند التقدم لشغل وظيفة ما في شركة أخرى أثناء فترة خدمتك أو بعد انتهائها.

تحذير

- فكر بعناية في طبيعة معلومات الشركة التي تتبادلها مع شركائنا في الأعمال. فحتى في حال إبرام اتفاقية سرية، فكر في العواقب المحتملة للإفصاح عن هذه المعلومات وكن حذراً في ما يتعلق بمدى حساسية المعلومات التي تتبادلها.
- احرص على إدراك مدى حساسية أي معلومات للشركة حيث تعمل وتعامل مع هذه المعلومات وقم بتخزينها بشكل ملائم. واحتفظ بأي شيء غير المعلومات العامة في مكان آمن.
- كذلك، قد تمثل أنشطة المبيعات والأنشطة الترويجية خطراً على الشركة ونفقتها ميزتها التنافسية القيمة إذا تم إعلان المعرفة بذلك قبل الأوان. لذا احرص على إتباع التوجيهات التسويقية وإدراك ما يُسمح لك بالتصريح به خلال الأنشطة الترويجية.

راجع أيضاً:

- "حماية الخصوصية والبيانات" في الصفحة 21.
- "استخدام صحيح لمعلومات الغير" في الصفحة 41.
- "حماية ملكية الشركة الفكرية" في الصفحة 69.



الحالة

بعد سنوات من البحث، أصبحت الشركة أخيراً على مشارف إحدث ثورة في مجال الصناعة من خلال تصميم منتج يتسم بالإبداع الحقيقي. وقد قدمت الشركة بالفعل طلبات تسجيل حق التصميم في بعض البلدان الرئيسية. وكان أحد منافسينا على وشك طرح منتج مشابه في القريب العاجل. وللتغلب على هذا التهديد، فكرت ما إذا كان ينبغي على الشركة طرح المنتج الجديد في بلدان أخرى قبل إكمال تسجيل حق التصميم هناك.

حماية ملكية الشركة الفكرية

تعتبر ملكية الشركة الفكرية - التي تتمثل بتصميمات منتجاتها وتقنياتها ومعلوماتها - غاية في الأهمية لنجاح الشركة. فلا يمكننا خدمة عملائنا بشكل جيد على المدى الطويل إلا إذا قمنا بحماية حقوق ملكية الشركة الفكرية التي تمدنا بميزة تنافسية فائقة من خلال المنتجات الابتكارية. فتماماً كما نستخدم تصميمات الغير وأعمالهم المحمية بموجب حقوق النشر بعناية بالغة، فإنه يتعين علينا حماية واستخدام ملكية الشركة الفكرية بمنتهى العناية والاهتمام.

اعمل على حماية ملكية الشركة الفكرية من الاستخدام غير الملائم، وبخاصة الأسرار التجارية من الإفصاح غير الملائم من أي نوع كان.

لمعلوماتك

تشتمل الملكية الفكرية على:

- التصميمات والتقنيات والاختراعات والمواد والمعلومات الأخرى المحمية بموجب براءات الاختراع وبراءات اختراع التصميمات والعلامات التجارية وحقوق النشر.
- تعمل الأسرار التجارية، شأن تصميمات وتقنيات المنتجات، على تزويد الشركة بميزة تنافسية من خلال الحفاظ على سريتها. فلا يجب مطلقاً الإفصاح عن الأسرار التجارية داخلياً أو خارجياً من دون الحصول على تفويض خاص بذلك.

الطريق المستقيم

- احرص على معرفة ما يتم اعتباره ملكية فكرية للشركة وساعد على حمايته باستخدام براءات الاختراع والعلامات التجارية وحقوق النشر. (راجع **Patent Operations Management (Principles)**.)
- لا تقم مطلقاً بالإفصاح عن أي معلومات سرية قد تعتبر أسراراً تجارية من دون الحصول على تفويض ملائم من الشركة واتخاذ الإجراءات التعاقدية الكافية لحمايتها من الآخرين ممن قد يستغلون هذه المعلومات.
- اطلب النصح وأبلغ مديرك أو موظفي الملكية الفكرية المناسبين إذا كنت بصدد مساعدة الشركة في تطوير أفكار أو تصميمات أو تقنيات جديدة يكون من المرجح أن تتم حمايتها كملكية فكرية للشركة.

الإجابة

ينبغي عليك الافتراض بأن الآخرين سيقومون بتقليد تصميماتنا في البلدان التي لم نَقم بالتسجيل فيها. فعلى الرغم من أننا نريد، بلا شك، طرح منتجاتنا الابتكارية في الأسواق، فإنه يتعين علينا أيضاً حماية تصميماتنا وملكيتنا الفكرية الأخرى من الاستيلاء عليها. ويعتبر ذلك قراراً عملياً في غاية الأهمية، ويتعين عليك تصعيد المواقف المماثلة لذلك مع الإدارة العليا.





تحذير

- قد يزود الموردون أو شركاء الأعمال الآخرون الشركة بتصميمات أو تقنيات أو نتائج بحثية أو معلومات أخرى يكون من المرجح أن تتم حمايتها كملكية فكرية. لذا احرص على طرح الأسئلة حول هذه المواد وحدد بشكل مسبق الجهة التي تمتلك حقوق ملكيتها أو الجهة التي ستملكها. ففي بعض الحالات، قد لا نرغب في قبول هذه المعلومات إذا كنا نعمل على ملكية فكرية مشابهة وذلك إذا كان قبولها قد يضر بجهودنا الخاصة.
- راقب الحالات التي يقوم فيها شخص ما أو شركة أخرى باستخدام ملكية الشركة الفكرية من دون إذن أو ملصقات ملائمة.



الحالة

انتقلت مؤخراً زميلة وصديقة لك إلى فريق عمل آخر. ولكنكما تستمران في التواصل غالباً من خلال البريد الإلكتروني في ما يتعلق بأمر العمل والأمور الشخصية. تجدها مستمعةً جيدةً لشكاكك المتعلقة بعملك مع شريك قناة تسويق معين اعتادت إدارته.



اتصالات إلكترونية مناسبة

تعمل بعض الموارد التقنية على زيادة سرعة الاتصالات والعمليات التجارية؛ ما يمكننا من تحقيق معدل تقدم أسرع واستجابة فضلى لاحتياجات عملائنا واحتياجات الآخرين. هذا، ويمكن لأجهزة الكمبيوتر وأنظمة الاتصالات والموارد الإلكترونية الأخرى ربط عملياتنا حول العالم وعبر العديد من مناطق التوقيت بشكل أفضل وربط جهودنا بالموردين وشركاء قنوات التسويق. وعند استخدامها بشكل غير ملائم، قد تعرّض هذه الموارد عينها عملياتنا للخطر وتضرر بسمعتنا. وباستمرار هذه التقنيات في التطور السريع، نحتاج أيضاً إلى الاستفادة من فوائدها والتحكم بها بشكل أفضل مع إدارة مخاطرها في الوقت نفسه. كذلك، يتعين علينا الحفاظ على احترامنا للآخرين عند استخدام هذه الموارد.



مبدأنا

أحرص دائماً على استخدام أنظمة الاتصالات الإلكترونية الخاصة بالشركة بمسؤولية، وقم بحد استخدام هذه الأنظمة بشكل عام بأغراض العمل وقم بحماية هذه الموارد من الوصول أو الاستخدام غير الملائم.

لمعلوماتك

تتضمن الاتصالات الإلكترونية، ولا تقتصر على ما يلي:

- التواصل على الهواتف الخليوية والأرضية التي تنتجها الشركة.
- إرسال بريد إلكتروني على حساب بريد الشركة الإلكتروني الخاص بك.
- استخدام خدمات الرسائل الفورية والرسائل القصيرة (SMS) ورسائل الوسائط المتعددة (MMS) التي ترعاها الشركة.
- استخدام أنظمة معلومات الشركة شأن أجهزة الكمبيوتر وأجهزة الكمبيوتر الطرفية والبرامج ومعدات الشبكة.

للشركة الحق في فحص طريقة استخدام معداتها الإلكترونية مثل الاتصالات التي تتم من خلالها والبيانات المخزنة عليها، كما أنها تقوم بذلك. ويتضمن ذلك البيانات غير المتعلقة بالعمل. كذلك، تتمتع الشركة بحق استخدام البيانات الموجودة على هذه الأنظمة وفق تقديرها وحدها، بما يتضمن الإفصاح عنها للغير أو حذف هذه البيانات. ولا ينبغي عليك أن تنشئ الخصوصية في استخدام موارد الشركة هذه حتى لأغراض الاتصالات الشخصية.

الإجابة

إن العديد من موظفي الشركة زملاء وأصدقاء في آن واحد. فعلى الرغم من أن موارد الشركة الإلكترونية مخصصة بشكل رئيسي لأعمال الشركة، إلا أنه يُسمح بقدر معين وضئيل من الاستخدام الشخصي. ولكن تذكر مخاطر استخدام هذه الموارد؛ حيث يمكن إرسال الاتصالات مع الزملاء بسهولة إلى أشخاص غير مقصودين ولا يمكن مسحها بعد إرسالها. لذا ينبغي أن يكون الاستخدام الشخصي لموارد الشركة الإلكترونية محدوداً وألا يتداخل مطلقاً مع أعمال الشركة وألا يتضمن أي محتوى غير ملائم.



الطريق المستقيم

- قم بحد استخدام موارد الشركة الإلكترونية بأغراض العمل. وينبغي أن يكون الاستخدام الشخصي العرضي محدوداً وألا يتداخل مع أنشطة عملك.
- اجعل جميع الاتصالات التي تتم باستخدام موارد الشركة تتسم بالاحترافية والاحترام، حتى عند التواصل مع أصدقائك بالشركة. واحرص دائماً على مراعاة أنه يمكن إعادة إصدار الاتصالات الإلكترونية وتوجيهها بسهولة إلى جهات أخرى لا صلة لها بالموضوع.
- عند إرسال البريد الإلكتروني أو الاتصالات النصية الأخرى، اقرأ رسالتك للتحقق من عدم وجود أخطاء قبل إرسالها. وتجنب وضع نفسك والشركة في موقف صعب نتيجة لخطأ تحريري بسيط أو عبارة يمكن تفسيرها بطريقة خاطئة.
- لا تستخدم مطلقاً موارد الشركة لإرسال رسائل غير ملائمة ذات محتوى جنسي صريح أو تمييزية بشكل واضح أو تتضمن محتوى آخر يبدى كراهية.
- لا تستخدم ميزة إرسال "نسخة" (CC) من البريد الإلكتروني بشكل عشوائي. تأكد من أنه يلزم تضمين أشخاص آخرين في رسالتك قبل نسخ عناوينهم في رسالة البريد الإلكتروني. وتحقق من قسم "المعلوماتك" قبل تضمين شخص ما في خانة النسخة (CC).
- لا تستخدم موارد الشركة للوصول إلى البيانات التالية أو تنزيلها:
البيانات المملوكة من الغير والتي ليس لديك حق الحصول عليها.
البيانات التي قد تعتبر تمييزية أو مضايقة أو عدوانية أو تبدي كراهية.
البيانات التي قد تتضمن محتويات ضارة، شأن الفيروسات، والتي قد تضر بأنظمة معلومات الشركة.

تحذير

- تعتبر جميع الاتصالات المستخدمة من خلال موارد الشركة الإلكترونية ملكية خاصة للشركة، ويجب التعامل معها كمعلومات سرية للشركة ما لم تتم الإشارة إلى الجهة المالكة لهذه المعلومات بشكل واضح (مثل تصميم منتج خاص بأحد الموردين).



الحالة

تلقيت "Document Preservation Notice" (إشعار حفظ الوثائق) من أحد المسؤولين عن الشؤون القانونية بالشركة يتعلق بقضية ما في الولايات المتحدة لم تكن على علم بها. تلاحظ أن فترة الاحتفاظ بالوثيقة المشار إليها قد انتهت الشهر الماضي وتم تدمير الوثيقة الأصلية. ولكن ما زلت تملك نسخة بحوزتك. بدأت تتساءل ما إذا كان يتعين عليك تدمير النسخة وفقاً لسياسة الاحتفاظ بوثائق الشركة أو الالتزام بإشعار حفظ الوثائق.

الاحتفاظ الجيد بالسجل واستبقاؤه

توفر سجلات الشركة معلومات مهمة حول عملياتنا. حيث تسمح لنا هذه السجلات بمراجعة الأهداف والاستراتيجيات وتحديد الموارد وقياس النتائج، فتساعدنا جميعها على تحسين طريقة خدمتنا وعلنا مع جميع حملة الأسهم. كما أننا نعتمد بشكل كبير على دقة ونزاهة سجلاتنا في اتخاذ القرارات. ولذلك، يتعين علينا العمل بعناية مع هذه الموارد الحيوية للشركة والحفاظ عليها.

اتبع سياسات الشركة وإجراءاتها في إنشاء سجلات الشركة والاحتفاظ بها وكذلك تدميرها.

لمعلوماتك

بوجه عام، يتم تعريف سجل الشركة على أنه المعلومات أو الوسائط التي توثق أي جانب من جوانب العمليات التجارية بالشركة. ويتضمن هذا التعريف، على سبيل المثال ما يلي:

- المستندات التي نستخدمها لنشر قرارات العمل واتخاذها مثل التقارير والاعتمادات والمراسلات.
- المواد المستخدمة في إجراء معاملات مع أطراف أخرى شأن الإيصالات والفواتير والعقود.
- سجلات الوقائع أو الأحداث مثل السجلات ونتائج الاختبارات والبيانات.
- الوسائط الأخرى التي نستخدمها للاحتفاظ بمعلومات حول العمليات التجارية بالشركة.

هناك العديد من الحالات التي تفرض فيها القوانين والأنظمة على الشركة الاحتفاظ بوثائق معينة بشكل دقيق لفترة زمنية محددة.

الإجابة

في هذه الحالة، يكون Document Preservation Notice (إشعار حفظ الوثائق) الأسبقية، إذ لا يجوز لأي شخص تدمير أي سجل للشركة يخضع لأمر قانوني يقضي بحفظه. كما يجب على الشركة تعليق جميع إجراءات تدمير الوثائق للسجلات ذات الصلة. وتتميز هذه الخطوة بأنها ذات أهمية حيوية لتوضيح السلطات القانونية مدى التزام الشركة بالعمل معها. ونظراً لخطورة العقوبات القانونية المترتبة على عدم إتباع هذا الأمر، فإن هذه الخطوة تعمل أيضاً على حماية سمعة الشركة وأصولها المالية.





الطريق المستقيم

- احرص على الامتثال لجميع القوانين والأنظمة وسياسات الشركة في ما يتعلق بالاحتفاظ بالسجلات وإدارتها. فعلى سبيل المثال، تتطلب الأنظمة البيئية في بعض البلدان الاحتفاظ بسجلات المعاملات وسجلات التسليم لعمليات إسناد مهام معالجة النفايات لمصادر خارجية لعدد معين من السنوات.
- عند اكتمال دورة حياة سجل ما، تأكد من تدمير أي نُسخ مادية من السجل قد تكون بحوزتك وحذف أي نُسخ إلكترونية قد تكون داخل كمبيوتر العمل الخاص بك.
- لا تقم مطلقاً بتعديل أو حذف أو تدمير أي سجلات فعالة في حال تعليق إجراءات تدمير السجل نتيجة لأمر قانوني أو طلب تنظيمي. راجع الأمر مع المسؤولين عن الشؤون القانونية إذا ساورك أي شك.
- لا تنسَ نقل سجلات عملك السابقة إلى الشخص البديل عنك عند تغيير مهام عملك.

تحذير

- كن على دراية بإشعارات حفظ الوثائق التي قد يصدرها المسؤولون عن الشؤون القانونية في الشركة من وقت إلى آخر. ففي العديد من الحالات، تتوقف القضايا على وجود السجلات. ولذا يعتبر الامتثال لهذه الإخطارات غاية في الأهمية للمساعدة على تجنب الخسائر القانونية.

لمعلوماتك حول إبرام العقود

تعد الطريقة التي يتم إتباعها لإبرام العقود مع شركاء قنوات التسويق والوكلاء والموردين وشركاء الأعمال الآخرين جزءاً هاماً لتكوين علاقات قوية تساعدنا على خدمة عملائنا. كذلك، من الأهمية بمكان مراعاة إجراءات إبرام العقود المتبعة في الشركة لضمان أننا نبني علاقات عادلة مع شركائنا ونحتفظ بسجلات دقيقة لحقوقنا والتزاماتنا. لذا، إذا كنت مسؤولاً عن إبرام أي عقد مع أي من شركائنا في الأعمال فعليك إتباع الآتي:

- تأكد من وجود عقد مكتوب يحدد بنود العلاقة التجارية.
- تأكد من قيام المسؤولين عن الشؤون القانونية بمراجعة العقد والموافقة عليه.
- قم بتسجيل العقد النهائي الموقع وحفظه وفقاً لإجراءات إبرام العقود المتبعة في الشركة.



الحالة

أخبرتكم إحدى زميلاتكم أنها سمعت أن مجلس إدارة الشركة أصدر مذكرةً في اليوم السابق حول إحدى المبادرات المهمة التي من المحتمل أن تؤثر بشدة على الإيرادات المستقبلية للشركة. ولأنك لم تعرف هذا الخبر من مجلس الإدارة نفسه، فإنك تجهل مدى صحته. لذا فكرت في ذكر الموضوع لزميل آخر لمعرفة ما إذا كان الخبر صحيحاً أم لا.



استخدام المعلومات الداخلية بشكل مسؤول

تؤدي بعض المعلومات التجارية الحساسة دوراً رئيسياً في تحقيق النجاح لشركتنا. ويثق حملة أسهم شركتنا في قدرتنا على حماية المعلومات الحساسة للشركة كما ينبغي. هذا، وقد تؤدي إساءة استخدام المعلومات الداخلية أو الانتفاع الفردي بها أو إفشاء هذه المعلومات الآخرين إلى تدمير هذه الثقة على نحو خطير وتشويه سمعة الشركة والفرد في ما يتعلق بالنزاهة. كذلك، فإن إساءة استخدام المعلومات الداخلية الخاصة بشركات أخرى تعرّضنا وتعرّض الشركة للخطر.



مبدأنا

قم بالمحافظة على أي معلومات داخلية خاصة بالشركة أو بعميل أو شريك في الأعمال. كذلك، تجنب المتاجرة بأسهم الشركة بناءً على هذه المعلومات أو تزويد آخرين بها من دون تصريح بذلك.

لمعلوماتك

- إن المعلومات الداخلية هي أي معلومات سرية تكون مهمة لدرجة أنه إذا تم الإفصاح عنها للعلن، فقد تؤثر على سعر أسهم الشركة. وقد تشمل هذه المعلومات على سبيل المثال ما يلي:
- النتائج المالية أو التشغيلية أو الاتجاهات الإحصائية لهذه النتائج.
- القرارات والأحداث التجارية الرئيسية مثل إقرار اتفاق تجاري واسع النطاق مع شريك جديد أو خسارة مشترٍ مهم.
- المفاوضات الجارية بشأن عمليات الدمج أو الاستحواذ أو المشروعات المشتركة أو غيرها من التحالفات التجارية.
- زيادة رأس المال ونقصانه والتغييرات الأخرى المهمة التي تؤثر على الهيكل المالي للشركة.

الإجابة

أولاً، يتعين عليك عدم مناقشة الموضوع مع أي شخص آخر حيث إنه من المحتمل أن تكون هذه المعلومات المهمة على درجة كبيرة من الحساسية والسرية - أو تكون معلومات داخلية. كذلك، يجب عليك إخبار زميلتك التي أفصحت لك عن هذا الأمر أن تتوخى الحذر في ما تكررته على مسامع الآخرين نظراً لأنه يتعين على جميع الموظفين حماية هذه المعلومات من الإفشاء. وإذا تم الإفصاح عن المعلومات الداخلية لآخرين وقاموا هؤلاء باستخدامها بشكل غير ملائم، فإن ذلك قد يتسبب في تدمير سمعة الشركة ويؤدي إلى فرض عقوبات كبيرة على أي موظف أفصح عن هذه المعلومات.





الطريق المستقيم

- اعمل على حماية أي معلومات داخلية خاصة بالشركة أو شريك تجاري من الإفشاء غير المصرح به. وأبلغ المستشار القانوني عن أي حالة إفشاء غير مصرح بها لهذه المعلومات.
- تجنب شراء أو بيع أسهم أي شركة إذا كانت لديك معلومات داخلية حول هذه الشركة.
- تجنب تزويد المعلومات الداخلية لآخرين قد يستخدمونها كأساس للمتاجرة بأسهم الشركة ذات الصلة.

تحذير

- في بعض الأحيان، يلزم الشركة مشاركة نتائج العمليات والمعلومات الأخرى المهمة الخاصة بها مع الموظفين. ينبغي عليك التفكير في ما إذا كانت هذه المعلومات داخلية أم لا. وإذا كانت كذلك، فتجنب الإفصاح عنها لآخرين خارج الشركة ما لم تكن واثقاً من أن الشركة قد جعلت هذه المعلومات متاحة للعامة.



الحالة

طلب منك أحد أصدقائك الذي يعمل مراسلاً إخبارياً تعليقاً "بصفة غير رسمية" لتأكيد شائعة حول الحالة المالية للشركة. أما أنت فلا تعمل في القسم المالي وليست لديك أدنى فكرة عن الموقف المالي الفعلي للشركة. لذا شعرت أنه من الأفضل أن تقول له إنك سمعت الشائعة نفسها إلا أنها مجرد شائعة.

إفصاح حذر للعمامة

إن الإفصاح المناسب عن معلومات الشركة قد يخدم مصالح الشركة ويعمل على نقل رسالتها ويبرز مدى النجاح الذي حققته. ويساعد هذا الإفصاح كلاً من العملاء والجمهور على تقدير ما نفعه من أجلهم ومن أجل حملة الأسهم في شركتنا. كذلك، فإن الإفصاح المناسب للعمامة يساعد الشركة على جذب وتشجيع الاستثمارات من المساهمين. إضافة إلى ذلك، فإنه من واجب الشركة القانوني الإفصاح عنها علانية، كما أنها تلتزم بتوفير المعلومات للسوق حول الأحداث الخاصة بالمواد التي قد تؤثر على أسعار أسهم الشركة.



اعلم أنه يجب الاحتفاظ ببعض المعلومات المهمة حول عملياتنا التجارية والحالة المالية بشكل سري بعيداً عن جميع الغرباء حتى يتم الإفصاح عنها علانية.

الطريق المستقيم

- افهم وأتبع معايير أمان المعلومات المتبعة في الشركة. واحتفظ بالمعلومات التي تمت مناقشتها بشكل سري في الاجتماعات الإدارية والمناقشات التنفيذية رفيعة المستوى ما لم تقم الشركة بالإفصاح عن هذه المعلومات للعامة.
- تجنب الحديث مع أي مراسل صحفي، سواء أكان ذلك بصفة رسمية أم لا، من دون الحصول أولاً على توجيهات من قسم العلاقات العامة بالشركة.
- تجنب الإشارة إلى أنك تمثل الشركة إذا كنت تعبر عن رأي شخصي، حين تكون مثلاً في اجتماع عمل أو لوحة مناقشة عبر إنترنت.
- أخبر أي منظم أو مراسل صحفي أو محام خارجي يطلب معلومات تتعلق بعمليات الشركة أننا نرغب في مساعدته وسنتصل بالشخص المناسب لتقديم المساعدة.

الإجابة

في كثير من الأحيان، تصبح الشائعات التي لا أساس لها "حقيقة مقبولة" في أذهان الموظفين بل وحتى في الصحافة. لذا تسعى الشركة إلى نشر معلومات مناسبة ودقيقة حول عملياتها من أجل الوفاء بمتطلبات قانونية معينة وللحفاظة على ثقة مساهميها وحملة الأسهم الآخرين. من هنا، من الضروري السماح للشركة بنشر هذه المعلومات وفقاً لإجراء محدد، وعدم السماح للموظفين بتداول الشائعات التي قد تكون عارياً عن الصحة.





تحذير

توخّ الحذر في المواقف التالية أو في أي موقف، إذا تم الإفصاح عنه، قد يؤثر بشكل مادي على عمليات الشركة أو يؤثر بشكل مادي على سعر أسهمها. وإذا حدث أي من هذه المواقف، فقم بإبلاغ مديرك حتى تحدد الشركة ما إذا كان يتعين عليها الإفصاح علانية للجمهور إذا كانت الشركة:

- تخضع لعملية دمج أو استحواذ أو تصفية.
- تضخ استثماراً ضخماً في رأس المال، شأن توسيع منشآتها التصنيعية.
- تقوم بتنفيذ عملية مساهمة رئيسية في رأس مال شركة أخرى أو التخلص من سهمها العادي.
- تواجه دعوى قضائية خطيرة أو خصومة قضائية باسم أفراد آخرين حول الأسهم أو نزاعاً حول الحقوق الإدارية.
- قد خضعت لعقوبة تقضي بدفع غرامة ضخمة أو شرط جزائي.
- في موقف يفرض عليها سحب المنتج أو رفعه على نطاق واسع من السوق.
- تقوم بتنفيذ عملية استحواذ واسعة النطاق أو التخلص من الأصول المادية، مثل مصنع أو معدات.

لمعرفة المزيد حول المناسبات والحالات التي تتطلب إفصاحاً للعامّة، راجع

Public Disclosure Operations Principles

