

Для відкритого
доступу

Антимонopolьна політика		ЗАТВЕРДЖЕНО наказ №15 від 11.02.2022
П-1.1.026	Ред. 1.1 від 11.02.2022 р.	

ЗМІСТ

1	Загальні положення	2
2	Сфера застосування та суб'єкти Політики.....	3
3	Права і обов'язки компанії.....	3
4	Реклама та просування послуг компанії.....	5
5	Основні принципи протидії порушенням антимонопольного законодавства.....	6
6	Заходи щодо попередження порушень антимонопольного законодавства	7
7	Виявлення порушень антимонопольного законодавства.....	8
8	Взаємодія з контрагентами.....	8
9	Відповідальність.....	9
10	Прикінцеві положення.....	9
11	Визначення	10
	Лист погодження.....	11

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Антимонопольна політика - внутрішній нормативний документ ТОВ «Нова пошта» (надалі - компанія), створений з метою реалізації положень Кодексу корпоративної етики та застосовується разом з ним.

Антимонопольна політика (надалі - Політика) встановлює загальні принципи професійної етики, етичні стандарти та правила, на основі яких компанія здійснює свою підприємницьку діяльність у галузі логістичних та пов'язаних з ними послуг.

Метою розроблення та прийняття Політики є:

- доведення позиції компанії щодо неухильного дотримання антимонопольного законодавства та добросовісної ділової поведінки під час здійснення підприємницької діяльності;
- формування у працівників, клієнтів, партнерів, контрагентів компанії однакового розуміння позиції компанії щодо дотримання антимонопольного законодавства;
- встановлення обов'язку працівників компанії, які обіймають посади з підвищеними антимонопольними ризиками, знати і дотримуватись принципів і вимог Політики, а також антимонопольного законодавства;
- утримання від будь-яких дій у конкуренції, що суперечать торговим та іншим чесним звичаям у господарській діяльності;
- забезпечення правдивого інформування про предмет, зміст та якість послуг, що надаються клієнтам компанії;
- формування і підтримка культури постійного дотримання норм професійної етики та положень антимонопольного законодавства;
- зниження ризику порушень антимонопольного законодавства.

Політика розроблена відповідно до Конституції України, Цивільного кодексу України, Господарського кодексу України, законів України «Про Антимонопольний комітет України», «Про захист економічної конкуренції», «Про захист від недобросовісної конкуренції».

Компанія декларує нульову толерантність до будь-яких проявів протиправної поведінки у конкуренції, сприяє підвищенню рівня комплаєнс-культури серед працівників компанії та заохочує до дотримання принципів і вимог Політики усіх своїх контрагентів та інших осіб, які прямо чи опосередковано перебувають у правовідносинах з компанією.

Компанія здійснює свою господарську діяльність відповідно до законодавства, забезпечує повну відповідність своєї діяльності законодавству про захист економічної конкуренції і не намагається здобути комерційні переваги, отримання яких є результатом незаконних, неправомірних або неетичних дій.

Відповідальність за організацію та координацію діяльності з реалізації положень Політики покладається на юридичний департамент компанії.

2. СФЕРА ЗАСТОСУВАННЯ ТА СУБ'ЄКТИ ПОЛІТИКИ

Політика є обов'язковим до виконання документом, дія якого поширюється на всі правовідносини як всередині компанії, так і ззовні.

Норми Політики поширюються на всіх працівників компанії, а також на третіх осіб, які прямо чи опосередковано перебувають у правовідносинах з компанією, у тому числі контрагентів, партнерів, представників, посередників, агентів, підрядників тощо.

Всі працівники зобов'язані виконувати закріплені в Політиці положення та задекларовані нею принципи і виконувати взяті компанією на себе зобов'язання.

3. ПРАВА І ОБОВ'ЯЗКИ КОМПАНІЇ

3.1. Компанія має право:

- відстежувати появу неетичної, неправдивої, неточної та неповної інформації у рекламі, що дискредитує ринок, застосовувати всі законні способи впливу на засоби масової інформації та суб'єктів господарювання, що розміщують і замовляють таку рекламу, з метою сприяння їх відмови від неї;

- самостійно встановлювати ціни на власні послуги. Формування ціни відбувається із застосуванням ринкових механізмів, під дією низки ціноутворювальних факторів, серед яких є суспільна ціна виробництва, співвідношення попиту і пропозиції, характер цінової й нецінової конкуренції, темпи інфляції і купівельна спроможність грошей, або ж, у випадках державного адміністративного регулювання цін, відповідно до таких цін. Компанія застосовує різні види знижок та інших заохочень на недискримінаційній основі в цілях підвищення конкурентоспроможності своїх послуг та збільшення обсягу та асортименту доступних споживачам послуг. При цьому, застосування умовних знижок на основі показників діяльності контрагентів, чи інших знижок, встановлення максимальних та рекомендованих цін перепродажу здійснюється тільки у разі попереднього погодження такої практики з юридичним департаментом до фактичного впровадження таких знижок, цін.

3.2. Компанія однозначно засуджує будь-яку антиконкурентну поведінку на ринку логістичних, поштових і пов'язаних з ними послуг, зокрема, але не виключно у формі антиконкурентних узгоджених дій. Компанія прагне покращення бізнес-клімату на ринку логістичних послуг для надходження інвестицій, розвитку чесної конкуренції на цьому ринку шляхом створення та забезпечення справедливого й ефективного застосування до усіх учасників ринку єдиних правил, завдяки чому вони перебуватимуть у рівних конкурентних умовах.

3.3. Компанія підтримує і пропагує конкуренцію як змагання між суб'єктами господарювання, що забезпечує завдяки їх власним досягненням здобуття ними певних економічних переваг, внаслідок чого споживачі та суб'єкти господарювання отримують можливість вибору необхідного товару/послуги і при цьому окремі суб'єкти господарювання не визначають умов реалізації товару/послуги на ринку.

3.4. Компанія забороняє:

- введення в оману замовників та клієнтів щодо змісту послуг, умов їх надання, відповідальності компанії;

- антиконкурентні практики, зокрема: встановлення дискримінаційних цін чи інших дискримінаційних умов, зв'язування та нав'язування послуг, створення перешкод конкурентам у доступі на ринок, пряме або опосередковане узгодження з конкурентами конкурентної поведінки, в т.ч. встановлення мінімальних та фіксованих цін перепродажу, розподілу ринку за територією, обсягами чи видами послуг чи іншими ознаками,;

- застосування демпінгу під час установаження цін на послуги, у тому числі ті, що є предметом публічних закупівель;

- лобіювання своїх інтересів у державних органах шляхом матеріальних заохочень, хабарів, подарунків;

- використання адміністративного ресурсу та інших незаконних способів конкуренції;

- схилення замовників, зокрема, тендерних комітетів із закупівлі послуг, до дискримінації інших надавачів послуг, учасників тендеру; підкуп працівників або посадових осіб потенційних замовників.

3.5. Компанія зобов'язується:

- утримуватись від будь-яких дій, які порушують принципи ринкової економіки та шкодять довірі до суб'єктів господарювання на ринку логістичних, поштових і пов'язаних з ними послуг;

- не вчиняти дій, які містять ознаки порушення законодавства;

- повідомляти про відомі факти демпінгу на ринку логістичних, поштових і пов'язаних з ними послуг;

- реагувати на появу недостовірної інформації щодо своєї статутної діяльності;

- утримуватись від поширення у будь-якій формі неправдивих або неповних відомостей щодо інших суб'єктів господарювання, які можуть завдати шкоди діловій репутації таких суб'єктів господарювання;

- не використовувати імен, комерційних (фірмових) найменувань, торговельних марок, рекламних матеріалів інших суб'єктів господарювання без їх дозволу, окрім випадків прямо допустимих законодавством (у тому числі, при здійсненні порівняльної реклами);

- не поширювати відомості, які можуть бути визнані інформацією, що вводить в оману, впливаючи на наміри осіб щодо замовлення послуг компанії;

- не допускати поширення недостовірної інформації про компанію;
- не узгоджувати прямо чи опосередковано з конкурентами ціни чи інші умови надання послуг, зокрема, які мають на меті маніпулювання цінами на ринку послуг;
- не створювати перешкод суб'єктам господарювання у процесі конкуренції шляхом дискредитації суб'єкта господарювання, схилення до бойкоту суб'єкта господарювання, схилення постачальника до дискримінації покупця (замовника), підкупу працівника, посадової особи, постачальника покупця (замовника) та утримуватись від досягнення неправомірних переваг у конкуренції шляхом порушення законодавства;
- утримуватись від дій, що полягають у неправомірному збиранні, розголошенні (схиленні до розголошення) та використанні відомостей, які відповідно до законодавства України становлять комерційну таємницю, що може завдати шкоди іншим суб'єктам господарювання;
- надавати державним органам на запити, направлені відповідно до вимог законів України, повну та перевірену інформацію;
- не порушувати прав інтелектуальної власності інших осіб;
- здійснювати ґрунтовну та всебічну економічну оцінку підстав для зміни цін, забезпечувати обґрунтованість витрат для забезпечення конкурентоспроможності ціни продажу послуг та прибутковості компанії;
- утриматися від здійснення прямої чи опосередкованої (наприклад, через різного роду мотиваційні виплати) фіксації цін чи встановлення мінімальних цін перепродажу на послуги, товари;
- уникати будь-яких формальних і неформальних обговорень конкурентної поведінки з конкурентами, оскільки будь-які перемовини та зв'язки такого роду можуть бути інтерпретовані як антиконкурентні узгоджені дії;
- уникати встановлення різних умов співпраці (розміру знижок, умов оплати тощо) з контрагентами, які можуть вважатися рівнозначними з економічної точки зору, наприклад, з точки зору обсягів закупівель продукції. У разі встановлення різних умов - забезпечити наявність обґрунтування об'єктивних підстав для застосування таких підходів;
- отримувати дозвіл АМКУ на узгоджені дії, будь-якого роду кооперацію суб'єктів господарювання або створення ними об'єднань, якщо такий дозвіл повинен бути отриманий згідно з конкурентним законодавством.

У разі виявлення будь-яких недоліків компанія вживає дієвих заходів для їх усунення в найкоротший строк.

4. РЕКЛАМА ТА ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ КОМПАНІЇ

Компанія зобов'язується забезпечувати просування послуг компанії, проведення маркетингових та рекламних активностей з дотриманням вимог законодавства, враховуючи правила вільної і чесної конкуренції та не зловживаючи довірою споживачів і потенційних замовників.

Рекламуючи свої послуги, компанія не використовує інформацію, що вводить в оману потенційних замовників або містить недостовірні

відомості щодо змісту та умов надання послуг. Компанія у рекламі власних послуг забезпечує надання потенційним замовникам та споживачам повної, достовірної та своєчасної інформації про зміст та обсяг цих послуг.

Компанія в рекламі своїх послуг використовує лише підтверджені фактичні дані, об'єктивні, достовірні та корисні порівняння.

5. ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ПРОТИДІЇ ПОРУШЕННЯМ АНТИМОНОПОЛЬНОГО ЗАКОНОДАВСТВА

5.1. Протидія порушенням антимонопольного законодавства в компанії ґрунтується на таких основних принципах:

- 1) законності;
- 2) публічності і відкритості діяльності;
- 3) відсутності виключень. Вимоги Політики розповсюджуються на всіх членів органів управління і працівників компанії, без будь-яких виключень. Неприпустимо встановлення привілеїв та імунітетів, які обмежують відповідальність або ускладнюють порядок притягнення до відповідальності членів органів управління і працівників компанії, що порушили антимонопольне законодавство;
- 4) інформування про ризики. Кожний працівник компанії зобов'язаний негайно повідомляти про потенційні або реалізовані антимонопольні ризики;
- 5) комплексного використання управлінських, організаційних, інформаційних, соціально-економічних, правових та інших заходів;
- 6) сприяння формуванню у працівників компанії нульової толерантності до порушень антимонопольного законодавства;
- 7) співпраці у сфері антимонопольної діяльності з органами державної влади, партнерами і клієнтами компанії, а також з усіма іншими зацікавленими особами;
- 8) невідворотності настання відповідальності. Компанія перевіряє всі повідомлення про відповідні порушення і вирішує питання про притягнення до відповідальності винної особи, незважаючи на посаду, термін роботи, статус в компанії тощо, в порядку, встановленому законодавством і внутрішніми нормативними документами компанії. Компанія докладає всіх можливих розумних і законних зусиль для максимально швидкого і невідворотного припинення порушень;
- 9) системності і безперервності діяльності компанії у сфері протидії порушенням антимонопольного законодавства. Компанія розробляє і впроваджує систему належних процедур протидії порушенням антимонопольного законодавства. Компанія прагне зробити такі процедури максимально прозорими, зрозумілими і реалістичними;
- 10) пріоритету заходів щодо попередження (профілактики) порушень антимонопольного законодавства;
- 11) моніторингу і контролю. Юридичний департамент контролює виконання впроваджених процедур з протидії порушенням

антимонопольного законодавства та регулярно їх актуалізує і вдосконалює.

5.2. Протидія порушенням антимонопольного законодавства здійснюється за такими основними напрямками:

- 1) попередження порушень антимонопольного законодавства (профілактика);
- 2) виявлення, припинення, розкриття і перевірка фактів порушень антимонопольного законодавства (боротьба);
- 3) мінімізації та/або ліквідації наслідків порушень антимонопольного законодавства.

6. ЗАХОДИ ЩОДО ПОПЕРЕДЖЕННЯ ПОРУШЕНЬ АНТИМОНОПОЛЬНОГО ЗАКОНОДАВСТВА

Попередження/профілактика порушень антимонопольного законодавства в компанії здійснюється шляхом вжиття на постійній основі наступних заходів:

- 1) формування у працівників компанії нетерпимості до порушень антимонопольного законодавства шляхом:
 - а) проведення навчальних, роз'яснювальних заходів з працівниками відповідних підрозділів;
 - б) доведення до відома працівників інформації про виявлені факти порушень антимонопольного законодавства в компанії і відповідні судові рішення;
- 2) визначення посад з підвищеними антимонопольними ризиками та реалізації додаткових заходів щодо стимулювання дотримання вимог Політики даними працівниками;
- 3) проведення тренінгів з питань антимонопольного законодавства для працівників, які займають посади з підвищеними антимонопольними ризиками;
- 4) стимулювання працівників до відкритого активного обговорення питань у сфері антимонопольного комплаєнс, до звернень у юридичний департамент за роз'ясненнями законодавства та отримання рекомендацій щодо порядку дій у спірних ситуаціях;
- 5) погодження з юридичним департаментом всіх умов проведення рекламних кампаній, правил проведення акцій, розіграшів, зокрема, рекламних матеріалів у будь-якому вигляді, які будуть розповсюджуватися будь-яким способом (друковані, аудіо, відео матеріали: для розміщення у ЗМІ, відділеннях компанії, соціальних мережах тощо);
- 6) погодження з юридичним департаментом документів щодо введення, тестування нових послуг, які компанія має намір надавати, зокрема, змін до послуг, які вже надаються компаніїю;
- 7) забезпечення працівникам компанії, а також третім особам, які повідомили про факти/підозри вчинення порушень антимонопольного

законодавства, конфіденційності та нерозголошення без їх згоди їх персональних даних, відповідно до вимог законодавства;

8) заборона посадовим особам та працівникам компанії публічно висловлювати пропозиції від імені компанії, які можуть бути сприйняті як заклики до антиконкурентних узгоджених дій.

7. ВИЯВЛЕННЯ ПОРУШЕНЬ АНТИМОНОПОЛЬНОГО ЗАКОНОДАВСТВА

З метою виявлення фактів порушень антимонопольного законодавства в компанії проводяться такі заходи:

- 1) службові перевірки;
- 2) організація роботи «гарячої» лінії комплаєнс;
- 3) моніторинг зовнішніх та внутрішніх джерел інформації з метою виявлення ознак порушень антимонопольного законодавства.

Працівник компанії, якому стало відомо про можливе порушення антимонопольного законодавства або який має сумніви щодо дотримання антимонопольного законодавства повинен негайно звернутися до юридичного департаменту, надавши всю наявну у нього інформацію.

Працівник компанії, який підозрює, що відбулись дії, які спричинили чи можуть спричинити порушення антимонопольного законодавства, повинен звернутися до:

- до юридичного департаменту або
 - на «гарячу» лінію комплаєнс (на поштову скриньку: compliance@novaposhta.ua або за номером телефону (044) 321-07-39)
- та повідомити про свої підозри, надавши всю наявну у нього інформацію. «Гаряча» лінія комплаєнс приймає і розглядає у тому числі і анонімні звернення.

З метою перевірки фактів порушення антимонопольного законодавства, Політики, з'ясування обставин вчинення порушення, встановлення причетних осіб, юридичний департамент, комплаєнс-служба можуть ініціювати проведення службової перевірки. За результатами перевірки встановлюється, чи створює певна поведінка ризику невідповідності антимонопольному законодавству, визначаються обставини та причини його вчинення, а також умови, що цьому сприяли, пропонуються заходи щодо запобігання таких випадків у майбутньому.

Всі працівники компанії зобов'язані сприяти проведенню службових перевірок в межах своєї компетенції.

Працівники компанії, які проводили службову перевірку, зобов'язані не розголошувати отриману інформацію, окрім випадків, прямо передбачених законом.

8. ВЗАЄМОДІЯ З КОНТРАГЕНТАМИ

Компанія прагне вести бізнес з тими діловими партнерами, які мають бездоганну ділову репутацію, займаються законною господарською

діяльністю та дотримуються сумлінної конкуренції, взаємодія з якими не несе юридичних, фінансових, репутаційних ризиків.

Постачальники повинні вести бізнес у чесній конкуренції і дотримуватися вимог антимонопольного законодавства.

Компанія вивчає потенційних контрагентів до встановлення ділових відносин. З цією метою контрагенти до моменту укладення будь-яких договорів, контрактів, угод з ними інформуються про принципи та вимоги компанії, встановлені у цій Політиці. При цьому враховується готовність (чи відмова) контрагентів дотримуватися принципів, вимог компанії, Кодексу поведінки постачальника, у тому числі антимонопольного законодавства, наявність у контрагентів власної антимонопольної політики або правил професійної етики у конкуренції для відповідних сфер господарської діяльності або для певних галузей економіки.

Компанія має право відмовити контрагенту у встановленні ділових відносин у разі наявності обґрунтованих сумнівів щодо бездоганності його ділової репутації, що тягне за собою ризики порушення антимонопольного законодавства.

9. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

Усі працівники компанії несуть дисциплінарну відповідальність за порушення вимог Політики, а у разі, якщо їх дії містять ознаки правопорушень, - адміністративну, кримінальну, цивільно-правову, матеріальну відповідальність відповідно до законодавства.

Працівники компанії, до яких за порушення норм антимонопольного законодавства були застосовані заходи кримінальної, адміністративної, цивільно-правової та дисциплінарної відповідальності, не звільняються від відповідальності у вигляді повного відшкодування компанії завданого матеріального збитку.

Компанія залишає за собою право в порядку, передбаченому законодавством, припинити будь-яку співпрацю з особою, яка вчинила порушення антимонопольного законодавства.

10. ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ

Працівники компанії, які обіймають посади з підвищеними антимонопольними ризиками, зобов'язані ознайомитись під підпис та вивчити цю Політику і неухильно дотримуватися вимог, встановлених нею. Керівники структурних підрозділів несуть персональну відповідальність за ознайомлення підлеглих працівників з цією Політикою.

Юридичний департамент спільно з Департаментом навчання та розвитку зобов'язані організувати періодичні навчання та тестування працівників компанії, які обіймають посади з підвищеними антимонопольними ризиками, на знання Політики.

До Політики можуть бути внесені зміни і доповнення з урахуванням практичного досвіду діяльності компанії та змін законодавства.

Компанія забезпечує постійний відкритий доступ до Політики шляхом розміщення її на сайті компанії.

11. ВИЗНАЧЕННЯ

Для цілей Політики терміни застосовуються у наступному значенні:

1) **антимонопольне законодавство** - сукупність законодавчих та інших нормативно-правових актів, які забезпечують державний захист конкуренції у підприємницькій діяльності, обмежують монополізацію виробництва, утворення монопольних структур і об'єднань (крім спеціально визначених законом). Це законодавство ґрунтується на нормах, установлених Конституцією України, і складається із законів України «Про захист економічної конкуренції», «Про захист від недобросовісної конкуренції», «Про Антимонопольний комітет України», Паризької конвенції про охорону промислової власності від 20 березня 1883 року, міжнародних договорів України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України, інших актів законодавства, виданими на підставі законів чи постанов Верховної Ради України;

2) **добросовісна поведінка** - поведінка, яка полягає у неухильному виконанні вимог законодавства, забезпеченні сумлінного виконання компанією обов'язків перед державою, замовниками послуг, фізичними та юридичними особами, повазі до майнових прав та ділової репутації усіх суб'єктів господарювання;

3) **економічна конкуренція (конкуренція)** - змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку;

4) **недобросовісна конкуренція** - будь-які дії у конкуренції, що заборонені Законом України "Про захист від недобросовісної конкуренції", а також суперечать торговим та іншим звичаям у господарській діяльності.

Лист погодження

--	--	--	--

Погодили:

Перевірили оформлення:

--	--	--	--

(посада)

(П. І. Б.)

*(результат
погодження)*

(дата)