

IP

Набор протоколи за показатели
Отговорност за продуктите

Отговорност за продуктите

Показатели за представяне

Аспект: Здраве и безопасност на клиентите

- ОСНОВНИ** **PR1** Етапите на жизнения цикъл, при които се оценяват продуктите по отношение на въздействията им върху здравето и безопасността, и процентът на значими категории продукти и услуги, подложени на тази процедура.
- ДОПЪЛНИТ.** **PR2** Общ брой на случаите на несъответствие с разпоредбите и доброволни кодекси по отношение на въздействието на продуктите и услугите върху здравето и безопасността, по типове на изхода.

Аспект: Поставяне на етикети на продуктите и услугите

- ОСНОВНИ** **PR3** Тип на необходимата за процедурите информация за продуктите и услугите и процента на значимите продукти и услуги, за които се изисква подобна информация.
- ДОПЪЛНИТ.** **PR4** Общ брой на случаите на несъответствие с разпоредбите и доброволни кодекси по отношение на информацията и етикетирането на продуктите и услугите по типове на изхода.
- ДОП.** **PR5** Практики свързани с удовлетвореността на клиентите, включващи резултати от анкети за измерване на удовлетвореността.

Аспект: Маркетингови комуникации

- ОСНОВНИ** **PR6** Програми за приважване в съответствие със законите, стандартите и доброволните кодекси, свързани с маркетинговата комуникация, включително рекламата, промоциите и спонсорството.
- ДОПЪЛНИТ.** **PR7** Общ брой на случаите на несъответствие с разпоредбите и доброволните кодекси по отношение на маркетинговите комуникации, включително рекламата, промоциите и спонсорството, по тип на изхода.

Аспект: Лична неприкосновеност на клиентите

- ДОПЪЛН.** **PR8** Общ брой на доказаните рекламации по отношение на нарушенията на личната неприкосновеност на клиентите и загубата на техни данни.

Аспект: Съответствие

- ОСНОВНИ** **PR9** Парична стойност на значимите глоби за несъответствие със законите и разпоредбите относно провизирането и използването на продукти и услуги.



Приложимост

Наборът от показатели на отговорността за продуктите отразява влиянието на управлението на продукти и услуги върху клиентите и потребителите. От организациите се очаква при проектирането на своите продукти и услуги да полагат необходимите грижи с цел да се осигури съответствието на тези продукти и услуги с предназначението им. Освен това трябва да се гарантира, че те няма да представляват опасност за здравето и безопасността на хората. В допълнение, при комуникациите, свързани както с продуктите и услугите, така и с потребителите, трябва да се отчитат информационните нужди на клиентите и тяхното право за поверителност на личните данни. Показателите са предимно структурирани на двойки, като основният показател цели да разкрие използваните за тази цел процеси, а допълнителният служи за отразяване на степента на спазване на тези очаквания.

Определения

Вид неспазване

Съдебно решение относно непредприемане на регламентираните от наредбите или законите действия, категоризирано според естеството на нарушените закони или наредби.

Информация/етикети за продукти и услуги

Думите "информация" и "етикети" се използват като синоними и описват комуникацията за характеристиките на продукта или услугата, предоставена заедно с този продукт или услуга.

Лична неприкосновеност на клиентите

Правото на клиента за поверителност и уединение, включително по въпроси като защита на данните и използване на информация/данни само по първоначалното предназначение (освен ако изрично не е договорено друго), задължение за спазване на конфиденциалност и защита от злоупотреба или кражба. Под клиенти се подразбират както крайни клиенти (потребители), така и корпоративни клиенти (B2B).

Маркетингови комуникации

Комбинация от стратегии, системи, методи и дейности, използвани от дадена организация за популяризиране на своята репутация, търговски марки, продукти и услуги сред целевите аудитории. Маркетинг комуникациите могат да включват

дейности като реклама, лични продажби, промоции, връзки с обществеността и спонсорство.

Общи справки

- Напътствия за многонационални предприятия на Организацията за Икономическо Сътрудничество и Развитие OECD, редакция 2000 г.



PR1 Етапите на жизнения цикъл, при които се оценяват продуктите по отношение на въздействията им върху здравето и безопасността, и процентът на значими категории продукти и услуги, подложени на тази процедура.

1. Приложимост

Чрез тази мярка се проверява наличието на систематични усилия за елиминиране на проблеми със здравословността и безопасността по време на целия жизнен цикъл на продукта и/или услугата и се извършва оценка на обхвата на тези усилия. Клиентите очакват продуктите и услугите да осъществяват функциите, за които са предназначени, по задоволителен начин и да не представляват риск за здравето и безопасността. Тази отговорност се базира не само на закони и наредби, но и доброволно спазвани предписания, като например директивите на OECD за мултинационални предприятия.

Предприетите усилия за защита на здравето и безопасността на тези, които използват и предоставят продукта/услугата, пряко влияят на репутацията на организацията, юридическите и финансовите рискове на организацията по отношение на възможно изтегляне на продукта/услугата от пазара, пазарното диференциране въз основа на качеството и мотивацията на служителите.

2. Съставяне

- 2.1** За всеки от следните етапи на жизнения цикъл съобщете дали влиянието на продуктите и услугите върху здравето и безопасността се нуждае от подобрене:

	Да	Не
Разработка на продуктова концепция		
Изследване и разработка		
Сертификация		
Изработка и производство		
Маркетинг и промоция		
Разпространение по складове и снабдяване		
Използване и обслужване		
Предаване за отпадъци, повторно използване или рециклиране		

- 2.2** Съобщете процента на съществени категории продукти или услуги, които се обхващат от подобни процедури и чието спазване е проучено.

3. Определения

Няма.

4. Документация

Потенциалните източници на информация включват юридическия отдел и отдела за продажби на отчетната организация, както и документацията, събрана чрез системи за управление на качеството.

5. Справки

- Напътствия за многонационални предприятия на Организацията за Икономическо Сътрудничество и Развитие OECD, редакция 2000 г.



PR2 Общ брой на случаите на несъответствие с разпоредбите и доброволни кодекси по отношение на въздействието на продуктите и услугите върху здравето и безопасността по време на експлоатационния им живот, по типове на изхода.

1. Приложимост

Защитата на здравето и безопасността е призната като цел на множество национални и международни наредби. Неспазването на юридическите изисквания е показател за неадекватни системи и процедури за вътрешно управление или липса на тяхното внедряване. В допълнение към преките финансови последиствия, постоянното неспазване води до увеличение на финансовите рискове и в следствие се отразява неблагоприятно както на репутацията на фирмата, така и за мотивацията на служителите. Количеството случаи на неспазване на тези изисквания в дадена организация трябва да е възможно най-ниско. Тенденциите, разкрити от този показател, ще отразяват подобряване или влошаване на ефективността на вътрешния контрол.

2. Съставяне

- 2.1** Този показател отразява жизнения цикъл на продукта или услугата след пускането на пазара. От този момент съответният продукт или услуга вече се обхваща от наредби, свързани със здравето и безопасността.
- 2.2** В случаите, когато отчитащата се организация не е открила несъответствие с наредбите или предписанията, е достатъчна кратка декларация за този факт.
- 2.3** Идентифицирайте общия брой на случаи на неспазване на наредбите и предписанията по отношение на влиянието на продуктите и услугите върху здравето и безопасността по време на отчетния период.
- 2.4** Този показател отразява случаите на неспазване в рамките на отчетния период. Ако значителен брой случаи е свързан със събития от предишни години, това трябва да е отбелязано.

2.5 Случаите на неспазване, за които организацията е преценила, че не е виновна, се игнорират от този показател.

2.6 Отчетете общия брой случаи на неспазване на изискванията и предписанията относно влиянието на продуктите и услугите върху здравето и безопасността, разбит по:

- Случаи на неспазване на наредбите, довели до глоби или наказания;
- Случаи на неспазване на наредбите, довели до предупреждение; и
- Случаи на неспазване на предписания.

3. Определения

Няма.

4. Документация

Потенциалните източници на информация включват юридическия отдел и отдела за изследвания и разработка на отчетната организация, както и документацията, събрана чрез системи за управление на качеството.

5. Справки

Няма.



PR3 Тип на необходимата за процедурите информация за продуктите и услугите и процента на значимите продукти и услуги, за които се изисква подобна информация.

1. Приложимост

Наличието на достъпна и адекватна информация за устойчивите влияния на продуктите и услугите (позитивно и негативно) е необходимо за клиентите и крайните потребители, с цел вземане на информирани решения за покупка, както и за да могат тези предпочитания да бъдат отразени на пазара. Предоставянето на подходяща информация и етикети по отношение на трайни въздействия е пряко свързано със спазването на определени видове наредби и предписания (като например национални закони или директиви на Организацията за Икономическо Сътрудничество и Развитие OECD за многонационални предприятия) и потенциално със стратегии за диференциране на пазари и търговски марки. Тази мярка предоставя индикация за степента, в която информацията и етикетите описват влиянието на продукта или услугата върху устойчивостта.

2. Съставяне

- 2.1 Съобщете дали следната информация за продукти и услуги е задължителна според процедурите на организацията, отнасящи се за информация и етикети на продукти и услуги.

	Да	Не
Източници на компоненти на продукта или услугата		
Съдържание, особено по отношение на субстанции, които могат да предизвикат екологично или социално въздействие		
Безопасно използване на продукта или услугата		
Предаване на продукта за отпадъци и екологични/социални влияния		
Други (разяснете)		

- 2.2 Съобщете процента на съществени категории продукти или услуги, които се обхващат от подобни процедури и чието спазване е проучено.

3. Определения

Няма.

4. Документация

Потенциалните източници на информация включват юридическия отдел и отдела за продажби, както и документацията, събрана чрез системи за управление на качеството.

5. Справки

- Напътствия за многонационални предприятия на OECD, редакция 2000 г.



PR4 Общ брой на случаите на несъответствие с разпоредбите и доброволни кодекси по отношение на информацията и етикетирването на продуктите и услугите по типове на изхода.

1. Приложимост

Показването и предоставянето на информация и етикети за продукти и услуги се регламентира от множество наредби и закони. Неспазването сигнализира за неадекватни вътрешни системи и процедури за управление или неуспешна реализация на подобни системи и процедури. Освен преките финансови последствия като наказания и глоби, неспазването представлява риск за репутацията на фирмата, както и за лоялността и удовлетворението на клиентите. Количеството случаи на неспазване в дадена организация трябва да бъде сведено до възможно най-ниско ниво. Тенденциите, разкрити от този показател, ще отразяват подобряване или влошаване на ефективността на вътрешния контрол.

2. Съставяне

- 2.1** Този показател отразява случаите на признато неспазване в рамките на отчетния период. Ако значителен брой случаи е свързан със събития от предишни години, това трябва да е отбелязано.
- 2.2** В случаите, когато отчетщата се организация не е открила несъответствие с наредбите или предписанията, е достатъчна кратка декларация за този факт.
- 2.3** Открийте общия брой на случаи на неспазване на наредбите и предписанията в отношение на информацията и етикетите на продукти и услуги по време на отчетния период.
- 2.4** Случаите на неспазване, за които организацията е преценила, че е невиновна, се игнорират от този показател.

2.5 Съобщете общия брой случаи на неспазване на наредбите по отношение на информацията за продукти и услуги, разбит по:

- Случаи на неспазване на наредбите, довели до глоби или наказания;
- Случаи на неспазване на наредбите, довели до предупреждение; и
- Случаи на неспазване на предписания.

3. Определения

Няма.

4. Документация

Потенциалните източници на информация включват юридическия и техническия отдел на отчетщата се организация, както и документацията, събрана чрез системи за управление на качеството.

5. Справки

Няма.



PR5 Практики свързани с удовлетвореността на клиентите, включващи резултати от анкети за измерване на удовлетвореността.

1. Приложимост

Удовлетворението на клиентите е една от мерките за чувствителността на организацията по отношение на нуждите на нейните клиенти. Тя, от гледна точка на самата организация, е изключително важна за успеха на бизнеса в дългосрочна перспектива. В контекста на устойчивостта, удовлетворението на клиентите дава вътрешен поглед върху начина, по който организацията подхожда към отношенията си с една от групите заинтересовани лица (клиенти). То също може да се използва в съчетание с други мерки за устойчивост. При използване в комбинация с други мерки за устойчивост, удовлетворението на клиентите може да даде вътрешен поглед върху степента, в която организацията зачита нуждите на своите заинтересовани страни.

2. Съставяне

2.1 Съобщете за използваните в цялата организация практики за оценяване и поддръжка на удовлетворението на клиентите, като например:

- честота на измерване на удовлетворението на клиентите;
- стандартни изисквания относно методите на проучване; и
- механизми, чрез които клиентите могат да дадат своите отзиви.

2.2 Съобщете резултатите или ключовите изводи от проучвания (на база на статистически подходящи извадки), проведени в периода на отчитане и свързани с информация за:

- организацията като цяло;
- основна категория продукти/услуги; или
- значими формирания за изпълнение на дейности.

2.3 За всички отчетени резултати от проучвания посочете категорията продукти/услуги или местата на изпълнение на дейностите, за които те се отнасят.

3. Определения

Няма.

4. Документация

Потенциалните източници на информация включват отдела за връзки с клиенти и отдела за изследване и разработки.

5. Справки

Няма.



PR6 Програми за привеждане в съответствие със законите, стандартите и доброволните кодекси, свързани с маркетинговата комуникация, включително рекламата, промоциите и спонсорството.

1. Приложимост

Маркетинг комуникациите са разработени с цел да окажат влияние върху мненията и решенията за покупка. Подобни комуникации, които не отговарят на общоприетите етични и културни стандарти, представляват нарушение на конфиденциалността, съответстват на двойни стандарти или се опитват да окажат влияние върху чувствителни аудитории, като например деца, могат да представляват сериозен проблем за заинтересованите лица. Това се потвърждава от растежа на активността сред клиентите. Използването на маркетинг похвати, възприемани като неподходящи, може да донесе рискове за организацията, включително такива, като отдръпване на клиенти и други заинтересовани страни, вреди за репутацията, финансови разходи и юридически действия.

В допълнение към спазването на рамковите ограничения на националните и международното право, предписанията и правила за саморегулиране (като например Международния кодекс за провеждане на рекламна дейност на ICC или директивите за многонационални предприятия на OECD) се опитвайте винаги да проявявате отговорност в маркетинг комуникациите. Чрез възприемане на подобни кодекси или правила за саморегулиране организациите могат да гарантират спазването на общоприетите стандарти в своите маркетинг комуникации.

2. Съставяне

- 2.1** Съобщете за всички прилагани в цялата организация кодекси и доброволно разработени стандарти, свързани с маркетинг комуникациите.
- 2.2** Съобщете колко често организацията проверява спазването си на тези стандарти и кодекси.

2.3 Съобщете дали организацията продава продукти, които са:

- забранени на определени пазари или
- са предмет на въпроси от страна на заинтересовани лица или на обществен дебат.

2.4 Съобщете как организацията е отговаряла на въпроси или опасения относно тези продукти.

3. Определения

Няма.

4. Документация

Потенциалните източници на информация включват юридическия отдел, маркетинг отдела и отдела по продажби на организацията.

5. Справки

- Препоръки на Международната търговска камара (ICC) (например Международния кодекс за провеждане на рекламна дейност на ICC) и други кодекси за поведение.
- Напътствия за многонационални предприятия на OECD, редакция 2000 г.



PR7 Общ брой на случаите на несъответствие с разпоредбите и доброволните кодекси по отношение на маркетинговите комуникации, включително рекламата, промоциите и спонсорството, по тип на изхода.

1. Приложимост

Неспазването сигнализира за неадекватни вътрешни системи и процедури за управление или неуспешна реализация на подобни системи и процедури. Освен преките финансови последствия, като наказания и глоби, неспазването представлява риск за репутацията на фирмата, както и за лоялността и удовлетворението на клиентите. Количеството случаи на неспазване в дадена организация трябва да се приведе до възможно най-ниско. Тенденциите, разкрити от този показател, ще отразяват подобряване или влошаване на ефективността на вътрешния контрол.

2. Съставяне

- 2.1** Този показател отразява случаите на неспазване в рамките на отчетния период. Ако значителен брой случаи е свързан със събития от предишни години, това трябва да е отбелязано.
- 2.2** В случаите, когато отчеташката се организация не е открила несъответствие с наредбите или предписанията, е достатъчна кратка декларация за този факт.
- 2.3** Открийте общия брой на случаи на неспазване на наредбите по отношение на маркетинг комуникациите по време на отчетния период.
- 2.4** Случаите на неспазване, за които организацията е преценила, че е невиновна, се игнорират от този показател.
- 2.5** Съобщете общия брой на случаи на неспазване на наредбите по отношение на маркетинг комуникациите, разбит на:
 - Случаи на неспазване на наредбите, довели до глоби или наказания;
 - Случаи на неспазване на наредбите, довели до предупреждение; и

- Случаи на неспазване на предписания.

3. Определения

Няма.

4. Документация

Потенциалните източници на информация включват юридическия отдел, маркетинг отдела и отдела по продажби на организацията.

5. Справки

Няма.



**PR8 Общ брой на доказаните
рекламации по отношение
на нарушенията на личната
неприкосновеност на клиентите и
загубата на техни данни.**

1. Приложимост

Защитата на поверителността на клиентите е общопризната като цел на национални разпоредби и фирмени политики. Неспазването сигнализира за неадекватни вътрешни системи и процедури за управление или неуспешно внедряване на подобни системи и процедури. Този показател дава оценка на успеха на системи и процедури за управление, свързани със защитата на поверителността. Освен преките финансови последици, като наказания и глоби, неспазването представлява риск за репутацията на фирмата, както и за лоялността и удовлетворението на клиентите. Количеството случаи на неспазване в дадена организация трябва да остава възможно най-ниско. Тенденциите, разкрити от този показател могат да отразяват подобряване или влошаване на ефективността на вътрешния контрол.

2. Съставяне

- 2.1** Открийте общия брой жалби относно пропуски по отношение на спазването на поверителността на клиентите по време на периода на отчитане.
- 2.2** Ако значителен брой пропуски е свързан със събития от предишни години, това трябва да е отбелязано.
- 2.3** Съобщете общия брой доказани оплаквания за пропуски в спазването на поверителността на данните на клиентите, категоризирани по:
 - оплаквания от външни страни, потвърдени от организацията; и
 - оплаквания от регулаторни органи.
- 2.4** Съобщете общия брой открити оттечки, кражби или загуби на клиентски данни.
- 2.5** В случаите, когато отчитащата се организация не е открила доказани рекламации, е достатъчна кратка декларация за този факт.

3. Определения

Пропуск в спазването на поверителност на клиентските данни

Обхваща всички видове неспазване на действащите законови изисквания, както и на (доброволно спазвани) стандарти, на които отчитащата се организация е член, по отношение на защитата на поверителността на данните на клиентите.

Доказани рекламации

Писмена декларация от регулаторен или подобен официален орган, адресирана до отчитащата се организация, в която се разкриват пропуските в спазването на конфиденциалността на клиентите, или жалба, подадена в организацията, която е призната за законна от нея.

4. Документация

Информацията може да бъде получена от отделите, отговорни за обслужването на клиенти, връзките с обществеността и/или юридически въпроси.

5. Справки

Няма.



PR9 Парична стойност на значимите глоби за несъответствие със законите и разпоредбите относно провизирането и използването на продукти и услуги.

5. Източници

Няма.

1. Приложимост

Нивото на несъответствие в рамките на организацията е показател по отношение способността на ръководството да увери, че дейността се извършва в съответствие с определени параметри на представяне. От икономическа гледна точка, осигуряването на съответствие спомага за намаляване на финансовите рискове, възникващи пряко чрез глоби или непряко чрез влияния върху репутацията. Силата на организацията по отношение на спазването на изискванията също може да окаже влияние върху възможността за разширяване на дейността или да спечели разрешителни.

2. Съставяне

- 2.1** Идентифицирайте административните или юридическите санкции, наложени на организацията при неспазване на закони и наредби, включително по международни декларации/конвенции/съглашения и национални, субнационални, регионални или местни наредби, касаещи провизирането и използването на продуктите и услугите на отчетната организация. Подходящата за този показател информация включва (но не се ограничава до) данни от PR2, PR4 и PR7.
- 2.2** Оповестете общата парична стойност на значителните глоби.
- 2.3** Когато отчитащата се организация не е открила несъответствие със законите или разпоредбите е достатъчно кратка декларация за този факт.

3. Определения

Няма.

4. Документация

Източниците на данни включват резултати от одит или системите на юридическия отдел за проследяване спазването на законодателството. Информация относно парични глоби може да бъде получена от счетоводния отдел.

