

**IP**

**G3 Indikátor protokollok:  
Termékfelelősség (PR) protokoll**

## Termékfelelősség indikátor protokoll

### Teljesítmény indikátorok

Szempont	Alap indikátorok	Kiegészítő indikátorok
<b>Vevők egészsége és biztonsága</b>	<b>PR1.</b> Azon életciklus szakaszok, amelyekben a termék, illetve szolgáltatás egészségi és biztonsági hatásait javítási cézzal kiértékelik. Az ilyen kiértékelési eljárásba bevont jelentős termékek és szolgáltatások aránya százalékban kifejezve.	<b>PR2.</b> Azon esetek száma, amelyekben a jogszabályok be nem tartása vagy az önkéntesen vállalt normák megszegése fordul elő a termékek és szolgáltatások egészségi és biztonsági hatásait illetően, az ügyek kimenetele szerinti lebontásban.
<b>Termékek és szolgáltatások, címkézés</b>	<b>PR3.</b> A különböző eljárások által megkövetelt, termékre és szolgáltatásra vonatkozó információ típusai. Az információszolgáltatási követelmények alá tartozó lényeges termékek és szolgáltatások aránya százalékban.	<b>PR4.</b> Azon esetek száma, amelyekben jogszabályi nem-megfelelőség vagy az önkéntesen vállalt normák megszegése fordul elő a termékekkel és szolgáltatásokkal kapcsolatos információnyújtást és címkézést illetően, az ügyek kimenetele szerinti lebontásban.  <b>PR5.</b> A vevői elégedettség elérését célzó gyakorlatok, beleértve a vevői elégedettséget mérő vizsgálatok eredményeit is.
<b>Marketingkommunikáció</b>	<b>PR6.</b> A marketingkommunikációra - beleértve a reklámot, promóciót és szponzorálást is - vonatkozó jogszabályoknak, szabványoknak és önkéntesen vállalt normáknak való megfelelés érdekében indított programok.	<b>PR7.</b> Azon esetek száma, amelyekben jogszabályok be nem tartása vagy az önkéntesen vállalt normák megszegése fordul elő a marketingkommunikáció területén, beleértve a reklámot, promóciót és szponzorálást, az ügyek kimenetele szerinti lebontásban.
<b>Személyes adatok védelme</b>		<b>PR8.</b> A vevők személyes adataival való visszaélésre, illetve az adatok elvesztésére vonatkozó indokolt panaszok száma.
<b>A jogszabályoknak való megfelelés</b>	<b>PR9.</b> A jelentősebb bírsággal büntetett, termékekkel és szolgáltatásokkal kapcsolatos, gondosságra és használatra vonatkozó jogszabályok és egyéb rendelkezések be nem tartásának mértéke, azaz a büntetések pénzben kifejezett összege.	



## **Jelentőség**

A termékfelelősségre vonatkozó indikátorok a termék- és szolgáltatásmenedzsment vevőkre és felhasználókra gyakorolt hatását mérik. Minden gyártótól elvárják, hogy megfelelő gondossággal tervezze meg termékeit és szolgáltatásait annak érdekében, hogy használati céljuknak megfeleljenek, és az emberi egészségre és biztonságra ne jelentsenek indokolatlan veszélyt. Ezen felül a termékekkel, szolgáltatásokkal és felhasználókkal kapcsolatos kommunikációs tevékenységnek figyelembe kell vennie a vevők információs igényét, illetve személyiségi jogait. Az indikátorok egymással párban jellemzik az adott szempontot: mindig van egy alap indikátor, amely megadja a szempont értékelésének módját, illetve egy kiegészítő indikátor, amely a jogszabályok és előírások betartásának szintjét méri.

## **Definíciók**

### **A jogszabályok megsértésének típusa**

Bírósági ítéletet eredményező mulasztás, azaz a rendelkezések és jogszabályok előírásainak nem megfelelő cselekedet, az alapján kategorizálva, hogy a megszegett jogszabály vagy rendelet milyen természetű.

### **Termékre és szolgáltatásra vonatkozó információ/címkézés**

Az információnyújtás és címkézés szinonimák és arra a kommunikációs tevékenységre utalnak, amelyet a termékkel illetve szolgáltatással együtt nyújt egy szervezet annak érdekében, hogy a vevő azok használat szempontjából fontos tulajdonságait megismerje.

### **Személyes adatok védelme**

A vevőnek joga van személyes adatainak védelméhez, beleértve például az adatvédelmet, az információ/adat eredeti cél szerint történő felhasználását (hacsak külön megegyezésben el nem térnek ettől), a bizalmas adatkezelésre való kötelezettséget, valamint az adatokkal való visszaélések és adatlopások elkerülése érdekében megvalósított intézkedéseket. A vevő jelen esetben a végső fogyasztókat és az üzleti partnereket egyaránt jelenti.

### **Marketingkommunikáció**

Azon stratégiák, rendszerek, módszerek és tevékenységek kombinációja, amellyel egy adott szervezet hírnevét, márkáit, termékeit és szolgáltatásait népszerűsíti a célközönség körében. A marketingkommunikáció fogalmába olyan tevékenységek tartoznak, mint például a hirdetés, személyes értékesítés, promóció, közönségkapcsolatok (PR) és szponzorálás.

## **Általános referencia**

- OECD Irányelvek multinacionális vállalatok számára, átdolgozott kiadás 2000 (OECD Guidelines for Multinational Enterprises, Revision 2000).



**PR1.** Azon életciklus szakaszok, amelyekben a termék, illetve szolgáltatás egészségi és biztonsági hatásait javítási cézzal kiértékelik. Az ilyen kiértékelési eljárásba bevont jelentős termékek és szolgáltatások aránya százalékban kifejezve.

### 1. Jelentőség

Ez az indikátor azt segít kideríteni, hogy vannak-e, és ha igen, milyen hatáskörűek azok a szisztematikus erőfeszítések, amelyek a termék és/vagy szolgáltatás egészségügyi és biztonsági hatásait hivatottak kezelni a teljes életciklus alatt. A vevők elvárják, hogy a termékek és szolgáltatások a céljuknak megfelelően, kielégítő teljesítménnyel funkcionáljanak, és ne jelentsenek számukra egészségügyi vagy biztonsági kockázatot. A szervezetek ilyen jellegű felelősségét nem csak törvények és rendeletek szabályozzák, hanem olyan önkéntes vállalások is, mint például az OECD multinacionális vállalatokra vonatkozó irányelvei.

Azok az erőfeszítések, amelyeket azért tesznek, hogy a termékek/szolgáltatások használóinak és terjesztőinek egészségét és biztonságát védjék, közvetlen hatással vannak a szervezet hírnevére, a termék piacról történő visszavonásából származó törvényi és pénzügyi kockázatra, a minőségen alapuló piaci megkülönböztetésre, és az alkalmazottak motivációs szintjére.

### 2. Összeállítás

2.1 Az alábbi táblázatban felsorolt életciklus szakaszok mindegyikénél jelölje meg, hogy az adott szakaszban értékeli-e javítási cézzal a termékek és szolgáltatások egészségügyi és biztonsági hatásait:

	Igen	Nem
A termék koncepciójának kidolgozása		
K&F		
Tanúsítvány		
Előállítás és termelés		
Marketing és promóció		
Raktározás, terjesztés, készletezés		
Használat és szerviz		
Hulladék kezelése, újrahasználat, vagy újrahasznosítás		

2.2 Adja meg azon jelentős termék-, illetve szolgáltatáskategóriák százalékos arányát, amelyeknél végeznek ilyen jellegű értékeléseket.

### 3. Definíciók

Nincsenek.

### 4. Hasznos dokumentumok

Hasznos információforrás lehet például a jelentéstevő szervezet jogi és értékesítési osztályán tárolt dokumentáció, illetve a minőségbiztosítási rendszeren keresztül gyűjtött anyagok.

### 5. Referenciák

- OECD Irányelvek multinacionális vállalatok számára, átdolgozott kiadás 2000.



**PR2.** *Azon esetek száma, amelyekben jogszabályi nem-megfelelőség vagy az önkéntesen vállalt normák megszegése fordul elő a termékek és szolgáltatások egészségi és biztonsági hatásait illetően, az ügyek kimenetele szerinti lebontásban.*

### **1. Jelentőség**

Az egészség és biztonság védelme sok nemzeti és nemzetközi rendelkezés általánosan elfogadott célja. Ha egy szervezet nem felel meg a vonatkozó törvényi szabályozásnak, az vagy a belső menedzsment és belső folyamatok elégtelen működését vagy az alkalmazás hiányát jelzi. A közvetlen pénzügyi következményeken felül a törvényi megfelelés folyamatos hiánya növekvő pénzügyi kockázatot is jelent, hiszen mind a cég hírneve, mind az alkalmazottak motivációja sérül. A cél tehát a lehető legkisebb számú nem-megfelelőség elérése. Az indikátor által leírt trend a belső ellenőrzés hatékonyságának javulását, illetve romlását mutatja.

### **2. Összeállítás**

- 2.1 Ez az indikátor a termék vagy szolgáltatás életciklusának azon szakaszát érinti, amikor a termék/szolgáltatás már hozzáférhető és használható, éppen ezért már vonatkoznak rá az egészségügyi és biztonsági előírások.
- 2.2 Ha van olyan terület, ahol a jelentéstevő szervezet nem azonosított egyetlen jogszabályi vagy önkéntes vállalással szembeni nem-megfelelőséget sem, e tényről elegendő egy rövid nyilatkozatot tenni.
- 2.3 Adjuk meg azon esetek számát, amelyekben a jelentéstételi időszak alatt jogszabályi nem-megfelelőség vagy az önkéntesen vállalt normák megszegése fordul elő a termékek és szolgáltatások egészségi és biztonsági hatásait illetően.
- 2.4 Az indikátor a jelentéstételi időszak alatt előfordult nem-megfelelőségeket adja meg. Ha ezen időszakot megelőzően jelentős számú ilyen esetet regisztrált a szervezet, ennek tényét feltétlen jelezzük.
- 2.5 Azon eseteket, amelyek során - bár nem-megfelelőség esete állt fenn, de - a szervezet mindent megtett, hogy ne ütközzön jogszabályokba, az indikátor kiszámításakor nem kell figyelembe venni.
- 2.6 Jelentsünk minden, a termékek/szolgáltatások egészségügyi és biztonsági szabályozásával kapcsolatos nem-megfelelőségi esetet az alábbi bontásban:
  - Jogszabályi nem-megfelelőségek, amelyek pénzbírással vagy büntetéssel végződtek;
  - Jogszabályi nem-megfelelőségek, amelyek figyelmeztetéssel végződtek; és
  - Az önkéntes vállalásokkal szembeni nem-megfelelőségek száma.

### **3. Definíciók**

Nincsenek.



#### **4. *Hasznos dokumentumok***

Hasznos információforrás lehet a jelentéstevő szervezet jogi és K&F osztálya, illetve a minőségbiztosítási rendszeren keresztül gyűjtött anyagok.

#### **5. *Referenciák***

Nincsenek.



**PR3.** A különböző eljárások által megkövetelt, termékekre és szolgáltatásra vonatkozó információ típusai. Az információszolgáltatási követelmények alá tartozó lényeges termékek és szolgáltatások aránya százalékban.

### 1. Jelentőség

A vevőknek és végfelhasználóknak hozzáférhető és megfelelő mennyiségű információra van szükségük a termékek és szolgáltatások pozitív és negatív fenntarthatósági hatásaira vonatkozóan, annak érdekében, hogy megalapozott vásárlási döntéseket hozhassanak, illetve, hogy a döntéseik által kifejezett preferenciák a piacon érvényesülhessenek. A fenntarthatósági hatásokkal kapcsolatos információk és címkézés biztosítása közvetlenül függ össze bizonyos típusú szabályozásnak és önkéntes vállalásoknak való megfeleléssel (mint például egyes nemzeti törvények, vagy az OECD multinacionális vállalatokra vonatkozó irányelvei), illetve a márkára és a termékek piaci differenciálására vonatkozó vállalati stratégiákkal. Ez az indikátor azt adja meg, hogy az egyes termékekhez és szolgáltatásokhoz kapcsolódó információszolgáltatás és címkézés milyen mértékben foglalkozik az adott termék/szolgáltatás fenntarthatóságra gyakorolt hatásával.

### 2. Összeállítás

2.1 Az alábbi táblázatban jelöljük, hogy a felsorolt, termékekre és szolgáltatásokra vonatkozó információkat szervezetünk megköveteli-e az információnyújtás és címkézés során:

	Igen	Nem
A termék illetve szolgáltatás összetevőinek eredete		
Összetevők, különös tekintettel azokra az anyagokra, amelyeknek környezeti vagy társadalmi hatása lehet		
A termék vagy szolgáltatás biztonságos használatának módja		
A termék hulladékként való kezelése és ennek környezeti/társadalmi hatásai		
Egyéb (kérjük, fejtse ki)		

2.2 Adjuk meg azon lényeges termékek és szolgáltatások arányát százalékban, amelyek esetében megfelelünk az információszolgáltatási követelményeknek, és megfelelőségünket értékeljük is.

### 3. Definíciók

Nincsenek.

### 4. Hasznos dokumentumok

Hasznos információforrás lehet a jelentéstevő szervezet jogi és értékesítési osztálya, illetve a minőségbiztosítási rendszeren keresztül gyűjtött anyagok.

### 5. Referenciák

- OECD Irányelvek multinacionális vállalatok számára, átdolgozott kiadás 2000.



**PR4.** *Azon esetek száma, amelyekben jogszabályi nem-megfelelőség vagy az önkéntesen vállalt normák megszegése fordul elő a termékekkel és szolgáltatásokkal kapcsolatos információnyújtást és címkézést illetően, az ügyek kimenetele szerinti lebontásban.*

### **1. Jelentőség**

A termékekkel és szolgáltatásokkal kapcsolatos információnyújtást és címkézést számos törvény és rendelkezés tárgyalja. Ha egy szervezet nem felel meg a vonatkozó törvényi szabályozásnak, az vagy a belső menedzsment és belső folyamatok elégtelen működését vagy az alkalmazás hiányát jelzi. A közvetlen pénzügyi következményeken felül, amilyen például a pénzbírság vagy büntetés, a törvényi nem-megfelelés kockázatot jelent a cég hírneve, illetve a vásárlók hűségére és elégedettségére nézve. A cél tehát a lehető legkisebb számú nem-megfelelőség elérése. Az indikátor által leírt trend a belső ellenőrzés hatékonyságának javulását, illetve romlását is mutathatja.

### **2. Összeállítás**

- 2.1 Az indikátor a jelentéstételi időszak alatt előfordult nem-megfelelőségeket adja meg. Ha ezen időszakot megelőzően jelentős számú ilyen esetet regisztrált a szervezet, ennek tényét feltétlen jelezzük.
- 2.2 Ha van olyan terület, ahol a jelentéstevő szervezet nem azonosított egyetlen jogszabályi vagy önkéntes vállalással szembeni nem-megfelelőséget sem, e tényről elegendő egy rövid nyilatkozatot tenni.
- 2.3 Adjuk meg azon esetek számát, amelyekben a jelentéstételi időszak során jogszabályi nem-megfelelőség vagy az önkéntesen vállalt normák megszegése fordul elő a termékek és szolgáltatások egészségi és biztonsági hatásait illetően.
- 2.4 Azon eseteket, amelyek során - bár nem-megfelelőség esete állt fenn, de - a szervezet mindent megtett, hogy ne ütközzön jogszabályokba, az indikátor kiszámításakor nem kell figyelembe venni.
- 2.5 Jelentsünk minden, a termékek/szolgáltatások információnyújtási és címkézési szabályozásával kapcsolatos nem-megfelelőségi esetet az alábbi bontásban:
  - Jogszabályi nem-megfelelőségek, amelyek pénzbírsággal vagy büntetéssel végződtek;
  - Jogszabályi nem-megfelelőségek, amelyek figyelmeztetéssel végződtek; és
  - Az önkéntes vállalásokkal szembeni nem-megfelelőségek száma.

### **3. Definíciók**

Nincsenek.

### **4. Hasznos dokumentumok**

Hasznos információforrás lehet a jelentéstevő szervezet jogi és műszaki osztálya, illetve a minőségbiztosítási rendszeren keresztül gyűjtött anyagok.

### **5. Referenciák**

Nincsenek.



**PR5.** A vevői elégedettség elérését célzó gyakorlatok, beleértve a vevői elégedettséget mérő vizsgálat eredményeit is.

## **1. Jelentőség**

A vevői elégedettség a szervezet vevői szükségletek iránti érzékenységének egy mércéje, ugyanakkor a szervezet oldaláról nézve a vevők elégedettsége a hosszú távú siker érdekében elengedhetetlen. Fenntarthatósági szempontból a vevői elégedettség azt mutatja, hogy az adott szervezet hogyan viszonyul az érintettek egy csoportjához (a vevőkhöz). Mindezt egyéb fenntarthatósági intézkedésekkel is lehet kombinálni. A vevői elégedettség bepillantást nyújthat például abba, hogy egy szervezet milyen mértékben veszi figyelembe egyéb érintett csoportjainak szükségleteit.

## **2. Összeállítás**

2.1 Írjuk össze, hogy szervezetünk milyen gyakorlati módszerekkel értékeli és tartja fenn a vevők elégedettségi szintjét, mint például:

- A vevői elégedettség mérésének gyakorisága;
- A felmérések módszerére vonatkozó alapkövetelmények; és
- A vevői visszajelzés lehetőségének biztosítása.

2.2 Foglaljuk össze a jelentésben azoknak a - statisztikailag értékelhető mintán alapuló - felméréseknek az eredményeit vagy lényeges következtetéseit, amelyeket a jelentéstételi időszak során végeztünk, és amelyek információt szolgáltatnak az alábbi területekről:

- a szervezet egésze;
- egy fő termék/szolgáltatás kategória; vagy
- jelentős telephelyek.

2.3 Ha bármely felmérés eredményéről jelentést teszünk, mindig adjuk meg, hogy az eredmények mely termék/szolgáltatás kategóriára vagy működési területre vonatkoznak.

## **3. Definíciók**

Nincsenek.

## **4. Hasznos dokumentumok**

Hasznos információforrás lehet a jelentéstevő szervezet ügyfélkapcsolati és K&F osztálya, illetve a minőségbiztosítási rendszeren keresztül gyűjtött anyagok.

## **5. Referenciák**

Nincsenek.



**PR6.** *A marketingkommunikációra - beleértve a reklámot, promóciót és szponzorálást is - vonatkozó jogszabályoknak, szabványoknak és önkéntesen vállalt normáknak való megfelelés érdekében indított programok.*

## **1. Jelentőség**

A marketingkommunikáció feladata, hogy befolyásolja a vevők véleményét és vásárlási döntéseit. A szervezettel szembeni fogyasztói aktivitást növeli és általában kiemelten kezelt kérdés az érintettek körében az a marketingkommunikációs tevékenység, amely nem veszi figyelembe az általánosan elfogadott etikai és kulturális normákat, sérti a magánszférát, kettős mércét alkalmaz, vagy olyan sérülékeny célközönséget akar befolyásolni, amilyenek például a gyermekek. A nem megfelelőnek tartott piaci hozzáállás kockázatot jelent a szervezetek számára, elidegenítheti például a vevőket és egyéb érintett csoportokat, kárt tehet a cég hírnevében, valamint pénzügyi és törvényi következményekkel járhat.

A nemzeti és nemzetközi törvénykezés által megadott kereteken túl, az önkéntes és önszabályozó kódexek - mint például az ICC Hirdetési Nemzetközi Kódex (ICC International Code of Advertising Practice) vagy az OECD multinacionális vállalatokra vonatkozó irányelvei – a marketingkommunikáció felelősségét igyekeznek megfogalmazni. Ha egy szervezet az ilyen önszabályozó kódexek szabályai szerint jár el, azzal hozzájárulhat ahhoz, hogy marketingkommunikációs tevékenysége az általánosan elfogadott normáknak megfeleljen.

## **2. Összeállítás**

- 2.1 Gyűjtsünk össze minden olyan normát és önkéntesen vállalt szabványt, amelyek a marketingkommunikációval kapcsolatosak és szervezetünk minden területén alkalmazzuk őket.
- 2.2 Jelentsük azt is, hogy milyen gyakran vizsgáljuk felül azt, hogy megfelelünk-e a vállalt szabványoknak és normáknak.
- 2.3 Jelentsük, hogy szervezetünk árul-e olyan terméket, amelyet:
  - bizonyos piacokon betiltottak; vagy
  - érintett csoportjaink megkérdőjeleznek, illetve a közvélemény vitathatónak tart.
- 2.4 Számoljunk be arról, hogy szervezetünk hogyan reagált az ilyen termékekkel kapcsolatos kérdésekre és aggodalmakra.

## **3. Definíciók**

Nincsenek.

## **4. Hasznos dokumentumok**

Az indikátorral kapcsolatban a jelentéstevő szervezet jogi, értékesítési és marketing osztálya szolgálhat hasznos információval.

## **5. Referenciák**

- A Nemzetközi Kereskedelmi Kamara (International Chamber of Commerce, ICC) ajánlásai (pl. a Marketing és Hirdetési Gyakorlat Kereskedelmi Szabályzata (International Code of Advertising Practice)), és egyéb kapcsolódó magatartási kódexek.
- OECD Irányelvek multinacionális vállalatok számára, átdolgozott kiadás 2000.



**PR7.** Azon esetek száma, amelyekben jogszabályok be nem tartása vagy az önkéntesen vállalt normák megszegése fordult elő a marketingkommunikáció területén, beleértve a reklámot, promóciót és szponzorálást, az ügyek kimenetele szerinti lebontásban.

## **1. Jelentőség**

Ha egy szervezet nem felel meg a vonatkozó törvényi szabályozásnak, az vagy a belső menedzsment és belső folyamatok elégtelen működését vagy az alkalmazás hiányát jelzi. A közvetlen pénzügyi következményeken felül, mint amilyen a pénzbírság vagy büntetés, a törvényi nem-megfelelés kockázatot jelent a cég hírnevére, illetve a vásárlók hűségére és elégedettségére nézve is. A cél tehát a lehető legkisebb számú nem-megfelelőség elérése. Az indikátor által leírt trend a belső ellenőrzés hatékonyságának javulását, illetve romlását is mutathatja.

## **2. Összeállítás**

- 2.1 Az indikátor a jelentéstételi időszak alatt előfordult nem-megfelelőségeket adja meg. Ha ezen időszakot megelőzően jelentős számú ilyen esetet regisztrált a szervezet, ennek tényét feltétlen jelezzük.
- 2.2 Ha van olyan terület, ahol a jelentéstevő szervezet nem azonosított egyetlen jogszabályi vagy önkéntes vállalással szembeni nem-megfelelőséget sem, e tényről elegendő egy rövid nyilatkozatot tenni.
- 2.3 Adjuk meg azon esetek számát, amelyekben a jelentéstételi időszak során jogszabályi nem-megfelelőség vagy az önkéntesen vállalt normák megszegése fordul elő a termékek és szolgáltatások egészségi és biztonsági hatásait illetően.
- 2.4 Azon eseteket, amelyek során - bár nem-megfelelőség esete állt fenn, de - a szervezet mindent megtett, hogy ne ütközzön jogszabályokba, az indikátor kiszámításakor nem kell figyelembe venni.
- 2.5 Jelentsünk minden marketingkommunikációra vonatkozó szabályzással kapcsolatos nem-megfelelőségi esetet az alábbi bontásban:
  - Jogszabályi nem-megfelelőségek, amelyek pénzbírsággal vagy büntetéssel végződtek;
  - Jogszabályi nem-megfelelőségek, amelyek figyelmeztetéssel végződtek; és
  - Az önkéntes vállalásokkal szembeni nem-megfelelőségek száma.

## **3. Definíciók**

Nincsenek.

## **4. Hasznos dokumentumok**

Hasznos információforrás lehet a jelentéstevő szervezet jogi, értékesítési és marketing osztálya.

## **5. Referenciák**

Nincsenek.



**PR8.** *A vevők személyes adataival való visszaélésre, illetve az adatok elvesztésére vonatkozó indokolt panaszok száma.*

### **1. Jelentőség**

A vevők személyi adatainak védelme számos nemzeti rendelkezés és szervezeti politika általánosan elfogadott célja. Ha egy szervezet nem felel meg a vonatkozó törvényi szabályozásnak, az vagy a belső menedzsment és belső folyamatok elégtelen működését, vagy az alkalmazás hiányát jelzi. Az indikátor megmutatja, mennyire sikeresek a vevők személyi adatainak védelmét biztosító eljárások. A közvetlen pénzügyi következményeken felül, mint amilyen a pénzbírság vagy büntetés, a törvényi nem-megfelelés kockázatot jelent a cég hírnevére, illetve a vásárlók hűségére és elégedettségére nézve. A cél tehát a lehető legkisebb számú nem-megfelelés elérése. Az indikátor által leírt trend a belső ellenőrzés hatékonyságának javulását, illetve romlását is mutathatja.

### **2. Összeállítás**

- 2.1 Adjuk meg azon esetek számát, amelyekben a vevők személyes adataival való visszaélésre került sor a jelentéstételi időszakban
- 2.2 Ha ezen időszakot megelőzően jelentős számú visszaélési eset volt, azt feltétlen jelezzük.
- 2.3 Jelentsük a vevői adatvédelem megsértésével kapcsolatos bizonyított panaszok számát a következő kategóriák szerint:
  - Külső felektől érkezett panaszok, amelyek indokoltságát szervezetünk igazolta; és
  - A szabályozó szervek részéről érkezett panaszok.
- 2.4 A jelentésben tüntessük fel azokat az eseteket, amikor szervezetünk kiszivárogtatta vevői adatait, az adatokat ellopták vagy a szervezet elvesztette.
- 2.5 Ha van olyan terület, amelyen belül a jelentéstevő szervezet nem azonosított egyetlen bizonyított panaszt sem, e tényről elegendő egy rövid nyilatkozatot tenni.

### **3. Definíciók**

#### **Vevő személyes adataival való visszaélés**

Ide tartozik minden olyan nem-megfelelés, amely az érvényben lévő, vevői adatvédelemmel foglalkozó törvényi szabályozással és a szervezet által vállalt (önkéntes) normák be nem tartásával függ össze.

#### **Bizonyított panasz**

Olyan írásos dokumentum, amelyet egy szabályozó vagy hasonló hivatalos szerv állított ki és szervezetünknek címzett. A dokumentum vagy a vevők személyes adataival való visszaélést állapít meg, vagy olyan panaszról számol be, amelyet szervezetünkhöz nyújtottak be, és amelynek indokoltságát mi magunk igazoljuk.

### **4. Hasznos dokumentumok**

Hasznos információforrás lehet az ügyfélszolgálati és közönségkapcsolati (PR) osztály, illetve a jogi ügyekkel foglalkozó osztály.

### **5. Referenciák**

Nincsenek.



**PR9.** *A jelentősebb bírsággal büntetett, termékekkel és szolgáltatásokkal kapcsolatos gondosságra és használatra vonatkozó jogszabályok és egyéb rendelkezések be nem tartásának mértéke, azaz a büntetések pénzben kifejezett összege.*

### **1. Jelentőség**

A jogszabályok és egyéb rendelkezések be nem tartásának mértéke olyan indikátor, amely megmutatja képes-e a vezetés azt biztosítani, hogy a cég működése megfeleljen bizonyos teljesítmény paramétereknek. Gazdasági szempontból a jogszabályoknak és egyéb rendelkezéseknek való megfelelés biztosítása segít csökkenteni a pénzügyi kockázatot, amely vagy közvetlenül a büntetésekből származik, vagy közvetetten, a hírnév romlása idéz elő. A szervezet azon képessége, hogy a jogszabályok és normák előírásainak megfelelően működik, hatással lehet működésének kiterjesztésére vagy különböző engedélyek megszerzésére is.

### **2. Összeállítás**

- 2.1 Azonosítsuk azokat az adminisztratív vagy jogi szankciókat, amelyekkel azért sújtották szervezetünket, mert elmulasztotta betartani a vonatkozó törvényeket és rendeleteket, beleértve a nemzetközi nyilatkozatokat/egyezményeket /szerződéseket, és nemzeti, tartományi, regionális, illetve helyi szabályozásokat, amelyek a jelentéstevő szervezet termékeivel és szolgáltatásaival kapcsolatos gondosságra és használatra vonatkoznak. Az indikátor összeállításában segítségünkre lehet, de nem kizárólagos forrás, a PR2, PR4, és PR7 indikátorok által nyújtott információ.
- 2.2 Adjuk meg a jelentős büntetések teljes összegét.
- 2.3 Ha van olyan terület, ahol a jelentéstevő szervezet nem azonosított egyetlen jogszabály vagy rendelet megsértését sem, e tényről elegendő egy rövid nyilatkozatot tenni.

### **3. Definíciók**

Nincsenek.

### **4. Hasznos dokumentumok**

Az indikátor összeállításakor adatforrás lehet az auditok eredménye vagy a jogi osztály által működtetett rendszeres ellenőrző rendszerből származó adatok. A pénzbírságokra vonatkozó információ a könyvelési osztályról szerezhető be.

### **5. Referenciák**

Nincsenek.

