

МЕЖДУНАРОДНЫЙ  
СТАНДАРТ

ISO  
10001

Вторая редакция  
2018-07-30

---

---

**Менеджмент качества –  
Удовлетворенность потребителя –  
Руководящие указания по  
этическим кодексам для  
организаций**

*Management de la qualité — Satisfaction des clients — Lignes directrices  
relatives aux codes de conduite des organismes*

---

---

Логотип  
ISO

Номер для ссылки  
ISO 10001:2018

© ISO 2018

ДЛЯ ОЗНАКОМЛЕНИЯ

Текст заявления	<b>Заявление о защите авторских прав</b>
-----------------	--

Предисловие .....	v
Введение.....	vi
<b>1 Область применения.....</b>	<b>8</b>
<b>2 Нормативные ссылки.....</b>	<b>8</b>
<b>3 Термины и определения.....</b>	<b>8</b>
<b>4 Руководящие принципы.....</b>	<b>11</b>
4.1 Общие положения .....	11
4.2 Принятие обязательств .....	11
4.3 Обеспечение возможности .....	11
4.4 Прозрачность.....	11
4.5 Доступность.....	11
4.6 Реагирование .....	11
4.7 Информационная целостность.....	11
4.8 Ответственность .....	11
4.9 Улучшение .....	11
4.10 Конфиденциальность .....	11
4.11 Ориентация на потребителя.....	12
4.12 Компетентность .....	12
4.13 Своевременность.....	12
<b>5 Организационная среда этического кодекса .....</b>	<b>12</b>
5.1 Контекст организации .....	12
5.2 Разработка.....	12
5.3 Интеграция .....	13
<b>6 Планирование, разработка и развитие.....</b>	<b>13</b>
6.1 Определение целей этического кодекса.....	13
6.2 Сбор и оценка информации.....	13
6.3 Сбор и оценка исходных данных от заинтересованных сторон .....	14
6.4 Подготовка кодекса .....	14
6.5 Разработка показателей результативности.....	14
6.6 Разработка процедур, связанных с этическим кодексом.....	14
6.7 Разработка плана внутренних и внешних коммуникаций .....	15
6.8 Определение необходимых ресурсов .....	15
<b>7 Внедрение.....</b>	<b>15</b>
<b>8 Поддержание и улучшение .....</b>	<b>16</b>
8.1 Сбор информации.....	16
8.2 Оценка результативности кодекса .....	16
8.3 Оценка удовлетворенности кодексом .....	16
8.4 Анализ кодекса и организационной среды.....	16
8.5 Постоянное улучшение.....	17
<b>Приложение А (информационное) Упрощенные примеры элементов кодекса для различных организаций .....</b>	<b>18</b>
<b>Приложение В (информационное) Взаимосвязи данного документа, ISO 10002, ISO 10003 и ISO 10004 .....</b>	<b>20</b>
<b>Приложение С (информационное) Рекомендации для малого бизнеса.....</b>	<b>21</b>
<b>Приложение D (информационное) Рекомендации по обеспечению доступности .....</b>	<b>22</b>

# ISO 10001:2018

Приложение E (информационное) Рекомендации по получению данных от заинтересованных сторон .....	23
Приложение F (информационное) Организационная среда.....	24
Приложение G (информационное) Руководство по применению кодекса, разработанного другой организацией .....	25
Приложение H (информационное) Руководство по разработке кодекса .....	26
Приложение I (информационное) Руководство по разработке планов коммуникаций .....	27
Библиография.....	29
Алфавитный индекс терминов .....	30

Для ОЗНАКОМЛЕНИЯ

## Предисловие

ISO (International Organization for Standardization – Международная Организация по Стандартизации) является всемирной федерацией национальных органов по стандартизации (органов-членов ISO). Работа над подготовкой Международных Стандартов выполняется, как правило, техническими комитетами ISO. Каждый орган-член ISO, заинтересованный в тематике, для работы по которой был создан технический комитет, имеет право быть представленным в данном комитете. Международные организации, правительственные и неправительственные, поддерживающие связь с ISO, также принимают участие в работе. ISO тесно сотрудничает с Международной Электротехнической Комиссией (IEC) по всем вопросам стандартизации в электротехнической сфере.

Процедуры, использованные при разработке этого документа и предназначенные для дальнейшей поддержки, описаны в Директивах ISO/IEC, Часть 1. В частности, должны быть указаны различные критерии утверждения, необходимые для различных типов документов ISO. Настоящий документ был разработан в соответствии с правилами, изложенными в Директивах ISO/IEC, Часть 2 (см. [www.iso.org/directives](http://www.iso.org/directives)).

Особое внимание уделено тому, что некоторые элементы данного документа могут являться предметом патентных прав. ISO не должна нести ответственность за идентификацию какого-либо или всех подобных патентных прав. Детали, касающиеся любых патентных прав, установленные в ходе разработки документа, должны быть указаны в разделе Введение и/или в листе патентных деклараций ISO (см. [www.iso.org/patents](http://www.iso.org/patents)).

Все торговые марки, упомянутые в настоящем документе, приведены для удобства пользователей и не означают рекомендации.

Для разъяснения значений используемых ISO специфических терминов и выражений, связанных с оценкой соответствия, равно как и информации о соблюдении ISO принципов соглашения ВТО по техническим барьерам в торговле см. ссылку [www.iso.org/iso/foreword.html](http://www.iso.org/iso/foreword.html).

Настоящий документ подготовлен Техническим Комитетом ISO/TC 176, *Менеджмент качества и обеспечение качества*, Подкомитетом SC 3, *Вспомогательные технологии*.

Данная вторая редакция отменяет и заменяет первую редакцию (ISO 10001:2007), которая подверглась техническому пересмотру.

Основные изменения относительно предыдущей редакции следующие:

- согласование с ISO 9000:2015;
- согласование с ISO 9001:2015;
- лучшая согласованность с ISO 10002, ISO 10003 и ISO 10004.

## Введение

### 0.1 Общие сведения

Поддержание высокого уровня удовлетворенности клиентов является серьезной проблемой для многих организаций. Одним из способов решения этой задачи является разработка и использование этических кодексов, связанных с удовлетворенностью потребителей. Эти этические нормы содержат обязательства и связанные с ними положения, касающиеся таких вопросов, как доставка продукции и услуг, возврат продукции, обработка личной информации клиентов, реклама и положения, касающиеся конкретных характеристик продуктов и услуг (примеры приведены в Приложении А). Этические кодексы в отношении удовлетворенности потребителей могут быть частью действенного подхода к управлению претензиями. Это включает в себя:

- a) предотвращение появления претензий путем использования соответствующих этических норм в отношении удовлетворенности потребителей;
- b) рассмотрение претензий внутри организации в случаях, когда получены свидетельства неудовлетворенности;
- c) разрешение споров с привлечением внешних сторон в ситуациях, когда претензии не могут быть удовлетворительно разрешены внутри организации.

В этом документе содержатся рекомендации, помогающие организации определить, что положения кодекса, связанного с удовлетворенностью потребителей, соответствуют потребностям и ожиданиям потребителей и что кодекс является точным и не вводит в заблуждение. Его использование может:

- расширить практику добросовестной торговли и повысить доверие потребителей к организации;
- улучшить понимания потребителями того, чего следует ожидать от организации с точки зрения ее продуктов и услуг и отношений с потребителями, тем самым снижая вероятность недоразумений и претензий;
- потенциально уменьшить потребность в новых положениях, регулирующих поведение организации по отношению к своим потребителям.

В центре внимания данного документа находится удовлетворенность лиц или организаций, которые могли бы получить или получили продукт или услугу от государственной или частной организации.

### 0.2 Связь с ISO 9001 и ISO 9004

Данный документ совместим со стандартами ISO 9001 и ISO 9004 и поддерживает цели этих двух стандартов посредством действенного и эффективного применения процесса разработки и внедрения этических норм, связанных с удовлетворенностью потребителей. Данный документ также может использоваться независимо от стандартов ISO 9001 и ISO 9004.

ISO 9001 определяет требования к системе менеджмента качества. Этические нормы, связанные с удовлетворенностью потребителя, разработанные в соответствии с данным документом (ISO 10001), могут быть использованы, как элемент системы менеджмента качества.

ISO 9004 содержит руководящие указания для достижения устойчивого успеха организации. Использование данного документа (ISO 10001) может способствовать дальнейшему улучшению деятельности применением этических норм, а также повышению степени удовлетворенности потребителей и других соответствующих заинтересованных сторон в целях содействия достижению устойчивого успеха. Это также может способствовать постоянному повышению качества продуктов, услуг и процессов на основе обратной связи от потребителей и других заинтересованных сторон.

## ISO 10001:2018

ПРИМЕЧАНИЕ Помимо потребителей, другие заинтересованные стороны могут включать поставщиков, отраслевые ассоциации и их членов, потребительские организации, соответствующие государственные учреждения, персонал, владельцев и других лиц, на которых влияют этические нормы организации в отношении удовлетворенности потребителей.

### 0.3 Связь с ISO 10002, ISO 10003 и ISO 10004

Данный документ совместим с ISO 10002, ISO 10003 и ISO 10004. Эти четыре документа могут использоваться как независимо, так и совместно. При совместном использовании данный документ, а также ISO 10002, ISO 10003 и ISO 10004 могут быть частью более широкой и интегрированной системы для повышения удовлетворенности потребителей путем применения этических норм, обработки претензий, разрешения споров, мониторинга и измерения удовлетворенности потребителей (см. Приложение В).

ISO 10002 содержит руководящие указания по обработке претензий, связанных с продуктами и услугами, внутри организации. Выполняя обязательства, декларированные в этических кодексах, связанных с удовлетворенностью потребителя, организации снижают вероятность возникновения проблем, поскольку существует меньше возможностей для дезориентации потребителей в отношении организации, ее продуктов и услуг.

ISO 10003 содержит руководящие указания по разрешению споров, связанных с претензиями на продукцию и услуги, которые не могут быть удовлетворительным образом урегулированы внутри организации. При возникновении споров наличие этических норм, связанных с удовлетворенностью потребителя, может помочь сторонам в понимании ожиданий потребителей и попыток организации оправдать эти ожидания.

ISO 10004 содержит руководящие указания по созданию результативных процессов мониторинга и измерения удовлетворенности потребителей. Основное внимание уделяется потребителям за пределами организации. Руководящие указания, приведенные в стандарте ISO 10004, могут способствовать разработке и внедрению этических кодексов, связанных с удовлетворенностью потребителя. Например, процессы, описанные в ISO 10004, могут помочь организации контролировать и измерять удовлетворенность потребителей действующими кодексами (см. 8.3). Аналогичным образом, этические нормы, связанные с удовлетворенностью потребителя, могут помочь организации в определении и внедрении процессов мониторинга и оценки удовлетворенности потребителей. Например, организация может разработать этические кодексы в отношении конфиденциальности информации о потребителях при мониторинге и измерении удовлетворенности потребителей (см. ISO 10004:2018, 7.3.4).

# Менеджмент качества – Удовлетворенность потребителя – Руководящие указания по этическим кодексам для организаций

## 1 Область применения

Данный документ дает руководящие указания по планированию, проектированию, разработке, внедрению, поддержанию и совершенствованию этических кодексов, связанных с удовлетворенностью потребителя.

Данный документ применим к кодексам, связанным с продуктами и услугами, содержащим обязательства, принимаемые организацией перед потребителям в отношении ее делового поведения. Такие обязательства и связанные с ними положения направлены на повышение удовлетворенности потребителей. В Приложении А приводятся упрощенные примеры элементов подобных норм для различных организаций.

ПРИМЕЧАНИЕ. В данном документе термины “продукт” и “услуга” относятся к результатам работы организации, которые предназначены для потребителя или затребованы им.

Данный документ предназначен для применения любой организацией, независимо от ее типа или размера, продуктов и услуг, которые она предоставляет, включая организации, которые разрабатывают этические кодексы, связанные с удовлетворенностью потребителя, для использования другими организациями. В Приложении С содержатся конкретные указания для малых предприятий.

Данный документ ориентирован на этические кодексы, связанные с удовлетворенностью потребителя, касающиеся индивидуальных потребителей, приобретающих или использующих товары, имущество или услуги в личных или домашних целях, хотя он применим к любым этическим нормам, связанным с удовлетворенностью потребителя.

В данном документе не задается основное содержание этических кодексов, связанных с удовлетворенностью потребителя, и не рассматриваются другие виды этических норм, например нормы, касающиеся взаимодействия между организацией и ее персоналом или между организацией и ее поставщиками.

## 2 Нормативные ссылки

Следующие документы упоминаются в тексте таким образом, что часть или все их содержание представляет требования данного документа. Для датированных ссылок применяется только указанное издание. В случае недатированных ссылок применяется последнее издание ссылочного документа (включая любые поправки).

ISO 9000:2015, *Quality management systems — Fundamentals and vocabulary*

## 3 Термины и определения

Для целей настоящего документа применяются термины и определения, данные в ISO 9000, а также нижеперечисленные.



## ISO 10001:2018

ISO и IEC поддерживают терминологическую базу данных для применения в сфере стандартизации по следующим адресам:

- платформа ISO Online browsing platform: доступна на <http://www.iso.org/obp>
- IEC Electropedia: доступна на <http://www.electropedia.org/>

### 3.1

#### **этический кодекс в отношении удовлетворенности потребителя (customer satisfaction code of conduct)**

##### **кодекс (code)**

обязательства, даваемые *организацией* (3.9) *потребителям* (3.4), в отношении ее деловой практики, которая нацелена на повышение *удовлетворенности потребителя* (3.5), и связанные с этим положения

Примечание 1 к определению: Сопутствующие условия могут включать цели, обстоятельства, ограничения, контрактную информацию и процедуры управления претензиями.

Примечание 2 к определению: Далее в данном документе используется термин «code» («кодекс») вместо «customer satisfaction code of conduct» («этический кодекс в отношении удовлетворенности потребителя»).

[ИСТОЧНИК: ISO 9000:2015, 3.9.5, измененный – добавлен термин «кодекс» в качестве допустимого и изменено Примечание 2].

### 3.2

#### **заявитель (complainant)**

лицо, *организация* (3.9) или их представитель, заявившие *претензию* (3.3)

### 3.3

#### **претензия (complaint)**

<удовлетворенность потребителей> выражение недовольства в адрес *организации* (3.9), связанное с ее продуктом или услугой, или сам процесс рассмотрения претензий, когда ответ или решение явным образом ожидается или они предполагаются

Примечание 1 к определению: Претензии могут быть поданы в отношении других процессов, в которых организация взаимодействует с *потребителем* (3.4).

Примечание 2 к определению: Претензии могут подаваться в организацию непосредственно или через посредников.

[ИСТОЧНИК: ISO 9000:2015, 3.9.3, изменен — добавлены Примечания 1 и 2 к определению.]

### 3.4

#### **потребитель (customer)**

лицо или *организация* (3.9), которые могли бы получать или получают продукт или услугу, предназначенную для этого лица или организации или затребованную ими.

ПРИМЕР Заказчик, клиент, конечный пользователь, розничный продавец, получатель продукта или услуги из внутреннего процесса, бенефициар и покупатель.

Примечание 1 к определению: Потребитель может быть внутренним или внешним по отношению к организации.

[ИСТОЧНИК: ISO 9000:2015, 3.2.4]

# ISO 10001:2018

## 3.5

### удовлетворенность потребителя (customer satisfaction)

восприятие *потребителем* (3.4) степени удовлетворения его ожиданий

Примечание 1 к определению: Вполне возможно, что ожидания потребителя неизвестны *организации* (3.9) или даже самому этому потребителю до тех пор, пока продукт или услуга не будут предоставлены. Для достижения высокого уровня удовлетворенности потребителя может потребоваться удовлетворение его ожиданий, даже если они не являются ни заявленными, ни подразумеваемыми, ни обязательными.

Примечание 2 к определению: *Претензии* (3.3) являются распространенным показателем низкой удовлетворенности потребителей, но их отсутствие не обязательно означает высокую удовлетворенность потребителей.

Примечание 3 к определению: Даже когда требования потребителя были согласованы с ним и выполнены, это еще не гарантирует высокой степени удовлетворенности потребителя.

[ИСТОЧНИК: ISO 9000:2015, 3.9.2]

## 3.6

### обслуживание потребителя (customer service)

взаимодействие *организации* (3.9) с *потребителем* (3.4) в течение жизненного цикла продукта или услуги

[ИСТОЧНИК: ISO 9000:2015, 3.9.4]

## 3.7

### обратная связь (feedback)

<удовлетворенность потребителя> мнения, отзывы и выражение заинтересованности в продукте, услуге или же процессе управления претензиями

Примечание 1 к определению Обратная связь может быть связана с другими процессами, при выполнении которых *организация* (3.9) взаимодействует с *потребителем* (3.4)

[ИСТОЧНИК: ISO 9000:2015, 3.9.1, измененный – добавлено Примечание 1 к определению]

## 3.8

### заинтересованная сторона (interested party)

стейкхолдер (stakeholder)

лицо или *организация* (3.9), которые могут влиять на решения или действия, на которых могут или они полагают, что на них могут, влиять решения или действия

ПРИМЕР *Потребители* (3.4), владельцы, персонал организации, поставщики, банки, контролирующие органы, профсоюзы, партнеры или сообщества, которые могут включать в себя конкурентов или противоборствующие лоббистские группы.

[ИСТОЧНИК: ISO 9000:2015, 3.2.3, измененный – удалено Примечание 1 к определению]

## 3.9

### организация (organization)

лицо или группа лиц, обладающая своими собственными функциями с обязанностями, полномочиями и взаимосвязями для достижения своих целей

Примечание 1 к определению: Понятие организации включает, но не ограничено этим, индивидуального предпринимателя, компанию, корпорацию, фирму, предприятие, орган власти, партнерство, ассоциацию, благотворительную организацию или учреждение, часть или комбинацию всего перечисленного, имеющих или не имеющих статус юридического лица, государственных или частных.

## **ISO 10001:2018**

[ИСТОЧНИК: ISO 9000:2015, 3.2.1, измененный – удалено Примечание 2 к определению]

### **4 Руководящие принципы**

#### **4.1 Общие положения**

Результативное и эффективное планирование, проектирование, разработка, внедрение, поддержание и совершенствование кодекса основано на соблюдении ориентированных на потребителя руководящих принципов, изложенных в пунктах 4.2 - 4.13.

#### **4.2 Принятие обязательств**

Организация должна взять на себя обязательства по принятию, интеграции и распространению кодекса и выполнению своих обязательств.

#### **4.3 Обеспечение возможности**

Необходимо выделить достаточные ресурсы для планирования, проектирования, разработки, внедрения, поддержания и совершенствования кодекса, а также для результативного и эффективного управления им.

#### **4.4 Прозрачность**

Кодекс должен быть доведен до сведения потребителей, персонала и других соответствующих заинтересованных сторон. Индивидуальные потребители должны быть обеспечены адекватной информацией о кодексе и его применении в том, что касается этих потребителей.

#### **4.5 Доступность**

Кодекс и соответствующая информация о нем должна легко находиться и использоваться (см. Приложение D).

#### **4.6 Реагирование**

Организация должна учитывать потребности и ожидания потребителей и ожидания других соответствующих заинтересованных сторон в своем кодексе (см. Приложение E).

#### **4.7 Информационная целостность**

Организация должна обеспечить, чтобы ее кодекс и информация о нем были точными, не вводящими в заблуждение и поддающимися проверке и чтобы собранные данные были актуальными, правильными, полными, значимыми и полезными.

#### **4.8 Ответственность**

Организация должна устанавливать и поддерживать ответственность и отчетность в отношении решений и действий, касающихся ее кодекса.

#### **4.9 Улучшение**

Повышение результативности и эффективности кодекса и его применения должно быть постоянной целью организации.

#### **4.10 Конфиденциальность**

Информация, идентифицирующая личность, используемая в связи с применением кодекса, должна

## **ISO 10001:2018**

храниться в тайне и защищаться, если только раскрытие не требуется по закону или согласие на раскрытие не получено от соответствующего лица.

ПРИМЕЧАНИЕ. Информация, идентифицирующая личность, - это информация, которая при соотнесении с физическим лицом может быть использована для его идентификации, что может быть сделано по имени, адресу, адресу электронной почты, номеру телефона или аналогичному конкретному идентификатору. Точное значение этого термина различается в разных странах мира.

### **4.11 Ориентация на потребителя**

Организация в кодексе должна принять ориентированный на потребителя подход и должна быть открыта для обратной связи.

### **4.12 Компетентность**

Персонал организации должен обладать личными качествами, навыками, подготовкой, образованием и опытом, необходимыми для разработки и применения кодекса.

### **4.13 Своевременность**

Разработка и внедрение кодекса должны осуществляться как можно быстрее с учетом характера кодекса и применяемого процесса реализации.

## **5 Организационная среда этического кодекса**

### **5.1 Контекст организации**

При планировании, проектировании, разработке, внедрении, поддержании и совершенствовании этического кодекса, организации следует учитывать имеющийся контекст путем:

- выявления и учета внешних и внутренних факторов, влияющих на цели организации и на ее способность достигать целей, на которые ориентирован кодекс;
- определения заинтересованных сторон, значимых с точки зрения положений кодекса и организационной среды, и учета соответствующих потребностей и ожиданий этих заинтересованных сторон;
- определение области действия кодекса, включая его границы и применимость, а также учет внешних и внутренних факторов и потребностей заинтересованных сторон, упомянутых выше.

### **5.2 Разработка**

Этический кодекс должен поддерживаться организационной средой для принятия решений и действий по их реализации при планировании, разработке, внедрении, поддержании и совершенствовании кодекса. Эта среда включает оценку, предоставление и развертывание ресурсов, необходимых для осуществления взаимосвязанных мероприятий по достижению целей кодекса (см. Приложение F) . Она также включает в себя лидерство и обязательства, распределение соответствующих обязанностей, и полномочий, а также наличие профессиональной подготовки в рамках всей организации.

При разработке и применении этического кодекса организация должна учитывать и обрабатывать риски и возможности, которые могут возникнуть. Это включает в себя:

- мониторинг и оценку процессов, внешних и внутренних факторов, касающихся рисков и возможностей;
- выявление и оценку конкретных рисков и возможностей;

## ISO 10001:2018

— планирование, проектирование, разработку, внедрение и анализ корректирующих действий и улучшений, связанных с выявленными и оцененными рисками и возможностями.

Как определено в стандарте ISO 9000:2015 в п. 3.7.9, риск – это влияние неопределенности, которое может быть отрицательным или положительным. В контексте кодекса примером негативного влияния является неудовлетворенность потребителей, обусловленная нехваткой ресурсов для выполнения обязательств, закрепленных в кодексе, а примером положительного влияния является то, что организация в результате анализа пересматривает ресурсы, выделенные для выполнения обязательств, закрепленных в кодексе. Эти риски могут быть устранены путем пересмотра распределения ресурсов, что приведет к выделению дополнительных ресурсов или разработке менее затратных способов выполнения обязательств, содержащихся в кодексе.

Возможность связана с выявлением нового возможного способа получения положительных результатов, который не обязательно вытекает из существующих рисков организации. Например, организация может выйти на новый продукт, услугу или процесс в результате предложения потребителя, возникшего в ходе выполнения обязательств кодекса.

### 5.3 Интеграция

Организационная среда для кодекса должна базироваться на системе менеджмента качества и других системах менеджмента организации, и быть интегрирована с ними, где это возможно.

## 6 Планирование, разработка и развитие

### 6.1 Определение целей этического кодекса

Организация должна определить цели, которые должны быть достигнуты введением кодекса.

Цели кодекса должны быть сформулированы таким образом, чтобы их выполнение можно было измерить с помощью показателей результативности, установленных организацией.

### 6.2 Сбор и оценка информации

Следует собирать и оценивать информацию, касающуюся:

- проблем, на решение которых направлен кодекс;
- того, как возникают эти проблемы;
- того, как эти проблемы могут быть решены;
- того, как и в какой степени эти проблемы влияют на деятельность организации, не связанную с кодексом;
- того, как другие организации решают эти проблемы;
- возможных ресурсов и иных последствий решения этих проблем с применением положений кодекса;
- действующих законодательных и нормативных требований, связанных с решением этих проблем с применением положений кодекса;
- рисков и возможностей, связанных с разработкой, оценкой и анализом кодекса.

ПРИМЕЧАНИЕ Эта информация предназначена для помощи организации в определении целей кодекса и в определении соответствующего подхода к разработке, оценке и анализу, согласованными с другими видами

## ISO 10001:2018

деятельности организации. Руководящие указания по факторам, которые следует учитывать при принятии этического кодекса, разработанного другой организацией (например, отраслевой или профессиональной ассоциацией), содержатся в Приложении G.

### 6.3 Сбор и оценка исходных данных от заинтересованных сторон

Важно, чтобы организация собирала и оценивала исходную информацию от соответствующих заинтересованных сторон (например, потребителей, поставщиков, отраслевых ассоциаций, организаций потребителей, соответствующих государственных учреждений, персонала, владельцев) относительно содержания и применения этического кодекса (см. Приложение E). Организация должна понимать связанные с этим ожидания и субъективное восприятие потребителей.

### 6.4 Подготовка кодекса

На основе информации и данных, собранных организацией, она должна разработать этический кодекс (см. Приложение H). Кодекс должен быть четким, кратким, точным и не вводить в заблуждение, написанным простым языком, и должен включать:

- область действия и цель кодекса, соответствующие организации и ее потребителям;
- обязательства, взятые организацией в отношении своих потребителей, которые могут быть выполнены, и любые ограничения в отношении этих обязательств;
- определения ключевых терминов, используемых в кодексе;
- как и кому следует направлять запросы и претензии по поводу кодекса;
- описание того, какие действия будут предприняты в случае невыполнения обязательств, закрепленных в кодексе.

ПРИМЕЧАНИЕ Запросы и претензии могут касаться как содержания кодекса, так и его применения. См. ISO 10002 и ISO 10003 для получения рекомендаций.

При подготовке кодекса организация должна обеспечить, чтобы он мог результативно применяться и чтобы его положения не нарушали запретов на недобросовестную или вводящую в заблуждение рекламу, а также запретов на действия, нарушающие конкуренцию. Организация должна также обеспечить, чтобы положения этического кодекса учитывали любые другие соответствующие кодексы и стандарты.

Организации следует рассмотреть возможность тестирования кодекса для определения необходимости в корректировках.

### 6.5 Разработка показателей результативности

Организация должна установить количественные или качественные показатели результативности, призванные помочь понять, насколько успешно кодекс выполняет свои задачи.

ПРИМЕЧАНИЕ. Показатели результативности, связанные с кодексом, могут включать оценку или ранжирование по результатам опросов удовлетворенности потребителей или статистику по претензиям и их разрешению. Примеры приведены в Приложении A.

### 6.6 Разработка процедур, связанных с этическим кодексом

Организация должна разработать процедуры внедрения, поддержания и совершенствования кодекса, включая порядок рассмотрения запросов и претензий. Организации следует выявлять и устранять любые препятствия на пути результативного использования кодекса, а также выявлять любые возможные стимулы, которые способствовали бы его внедрению, поддержанию и

## ISO 10001:2018

совершенствованию. Процедуры будут различаться в зависимости от характера кодекса и организации, которая его применяет.

ПРИМЕЧАНИЕ Примеры видов деятельности, которые могут быть предметом процедуры, включают:

- информирование потребителей о кодексе;
- обучение соответствующего персонала положениям кодекса;
- обработка случаев, когда обязательства кодекса не выполняются;
- регистрация запросов и претензий по поводу кодекса;
- запись и оценка результатов выполнения кодекса;
- использование и управление записями;
- раскрытие информации о выполнении кодекса (см. Приложение I) .

### 6.7 Разработка плана внутренних и внешних коммуникаций

Организация должна разработать план обеспечения доступности своего кодекса и вспомогательной информации (например, формы обратной связи) персоналу и другим сторонам, участвующим в применении кодекса (см. Приложение I) .

### 6.8 Определение необходимых ресурсов

Организация должна определить ресурсы, необходимые для выполнения обязательств, закрепленных в кодексе, и предоставить адекватные средства правовой защиты в случае невыполнения положений кодекса (например, компенсации потребителю). Ресурсы включают в себя персонал, обучение, процедуры, документацию, поддержку специалистов, материалы и оборудование, вспомогательные средства, компьютерное оборудование, программное обеспечение и финансы.

## 7 Внедрение

Организация должна своевременно выполнять запланированные мероприятия по внедрению.

Организация должна у себя на соответствующих уровнях:

- a) применять соответствующие процедуры, а также планы внутренних и внешних коммуникаций;
- b) предоставлять потребителям соответствующие средства правовой защиты (например, компенсацию);
- c) принимать необходимые меры для оперативного решения вопросов, связанных с невыполнением положений кодекса; эти действия могут быть инициированы после подачи претензии, связанной с кодексом, или в результате сбора организацией информации о выполнении кодекса.

Организация должна регистрировать:

- использование ресурсов при применении кодекса;
- тип обучения и инструктажа в отношении кодекса, полученные персоналом;
- применение планов внутренних и внешних коммуникаций;
- рассмотрение запросов или претензий, связанных с кодексом, и принятие организацией мер по исправлению положения.

## 8 Поддержание и улучшение

### 8.1 Сбор информации

Организация должна регулярно и систематически собирать информацию, необходимую для результативного и эффективного оценивания результатов применения кодекса, включая информацию, исходные данные и записи, указанные в разделах 6 и 7. Собранная информация должна быть актуальной, достоверной, полной, содержательной и полезной.

### 8.2 Оценка результативности кодекса

Организация должна регулярно и систематически оценивать результативность кодекса. Эта оценка должна включать проверку и анализ выполнения общих задач и обязательств кодекса.

Запросы и претензии по поводу кодекса или его применения должны классифицироваться и анализироваться для выявления системных, повторяющихся и единичных проблем и тенденций, а также для содействия устранению коренных причин претензий по поводу кодекса.

ПРИМЕЧАНИЕ. Кроме того, рекомендуется, чтобы организация приняла меры для определения того, связаны ли все же запросы и претензии в отношении продуктов и услуг или процессов, к которым кодекс не относится, с положениями кодекса. Эти запросы и претензии могут свидетельствовать о неправильном применении положений кодекса.

Для оценки влияния кодекса необходима информация о ситуации до его внедрения, а также после внедрения, получаемая через соответствующие промежутки времени. Эта информация может быть использована не только для определения недостатков в разработке и внедрении кодекса, но и для демонстрации достигнутых результатов (если таковые имеются) и прогресса, достигнутого благодаря применению кодекса.

### 8.3 Оценка удовлетворенности кодексом

Необходимо принимать регулярные и систематические меры для определения степени удовлетворенности клиентов кодексом и его применением. Это может иметь форму случайных опросов потребителей и иных методов.

Примечание 1 Одним из методов оценки удовлетворенности потребителей является моделирование взаимодействия потребителя с организацией в ситуации, предусмотренной в кодексе, если это разрешено законодательно.

Примечание 2 Руководство по мониторингу и измерению удовлетворенности потребителей см. в ISO 10004.

### 8.4 Анализ кодекса и организационной среды

Организация должна проводить анализ кодекса и организационной среды, в которой он действует, на регулярной и систематической основе, с тем чтобы:

- a) поддерживать их пригодность, адекватность, результативность и эффективность;
- b) разрешать серьезные случаи невыполнения обязательств, указанных в кодексе;
- c) оценивать необходимость и возможности для улучшения;
- d) оценивать результативность принимаемых мер в отношении рисков и возможностей;
- e) предусматривать соответствующие решения и действия в соответствующих случаях.

При проведении анализа организация должна рассматривать соответствующую информацию, касающуюся:



## ISO 10001:2018

- изменений в кодексе и организационной среде;
- изменений в законодательных и нормативных требованиях;
- изменений в практике конкурентов или технологических инновациях;
- изменений в ожиданиях общества;
- выполнения обязательств, включенных в кодекс;
- рисков и возможностей, а также соответствующих действий;
- состояния корректирующих действий;
- обратной связи в отношении кодекса;
- предлагаемых продуктов и услуг;
- действий, принятых по результатам предыдущих анализов.

### 8.5 Постоянное улучшение

Организация должна постоянно совершенствовать кодекс и организационную среду в целях повышения удовлетворенности потребителей, используя такие средства, как корректирующие действия, меры, принимаемые в отношении рисков и возможностей, и инновационные улучшения.

Организация должна принять меры для устранения коренных причин существующих и потенциальных проблем, вызывающих претензии, с тем чтобы предотвратить их повторение и возникновение, соответственно.

Организация, применяющая кодекс, разработанный другой организацией, должна информировать эту другую организацию о любых проблемах, возникающих при его применении.

Организация должна:

- изучать, выявлять и применять передовые наработки в структуре, содержании и применении кодекса;
- формировать клиентоориентированный подход в организации;
- поощрять инновации, связанные с кодексом;
- отмечать примеры выдающихся результатов и практик, связанных с кодексом.

## Приложение А (информационное)

### Упрощенные примеры элементов кодекса для различных организаций

Таблица А.1 - Упрощенные примеры элементов кодекса для различных организаций

Пример элемента кодекса	Разновидность организации				
	Поставщик пиццы	Клиника	Ассоциация розничной торговли	Отель	Ж/д компания
Обязательство	«Пицца бесплатно, если доставлена остывшей и через более, чем 30 минут»	«Пациентам оперативно сообщат об отмене приема и предложат другое время»	«Если цена при сканировании выше, чем на ценнике, то индивидуальный или корпоративный покупатель имеет право получить товар бесплатно»	«Если гостя не устраивает обслуживание, отель приложит все усилия, чтобы это исправить, или предложит гостю скидку»	«В случае опоздания поезда, грязи в туалете или грубом обращении пассажиру возмещается стоимость билета»
Ограничения на обязательства, сообщенные потребителю	Ограничения, связанные с географическим расположением, погодой или дорожными проблемами	Чрезвычайные ситуации, нарушающие график приема	Не распространяется на косметические препараты* и товары по индивидуальной цене	Обстоятельства, которые вне контроля отеля	Плохие погодные условия
Иные положения кодекса	Положение о том, что стоимость доставленной с опозданием пиццы не вычитается из зарплаты разносчика	Положение о доступности врачей вне приемных часов	Формулировка цели кодекса: «обеспечивать точность сканированной цены»	Формулировка цели кодекса: «полная удовлетворенность гостя»	Формулировка цели кодекса: «чистые поезда, соблюдение расписания и вежливое обслуживание»
Дополнительная информация	Как подать претензию	Как сделать запрос	Как сделать запрос или подать претензию	Как получить скидку	Каким образом вернуть деньги

\* Косметический препарат – это косметическое средство, имеющее особенности применения и требующее предварительной консультации с продавцом [прим. пер.]

## ISO 10001:2018

Действия по планированию, проектированию, разработке и внедрению кодекса	Пилотное тестирование программы	Обучение клиентской службы	Консультации с членами ассоциации	Использование фокус-групп для определения наиболее подходящих мер правовой защиты	Обучение персонала работе с общественностью
Действия по поддержанию и улучшению	Проведение анкетирования и внесение по результатам изменений в кодекс	Данные анализа претензий	Вовлечение потребительских организаций в анализ данных	Пересмотр маркетинговых программ	Изменение процедуры уборки туалетов
Показатели результативности	Процент своевременных доставок	Процент информированных пациентов	Процент товаров с ошибочной ценой	Процент неудовлетворенных гостей	Процент претензий пассажиров

## Приложение В (информационное)

### Взаимосвязи данного документа, ISO 10002, ISO 10003 и ISO 10004

На рисунке В.1 показаны процессы организации, связанные с этическим кодексом, обработкой претензий, разрешением внешних споров, мониторингом и оценкой удовлетворенности потребителей.

ПРИМЕЧАНИЕ Претензия может быть подана потребителем или другим заявителем.

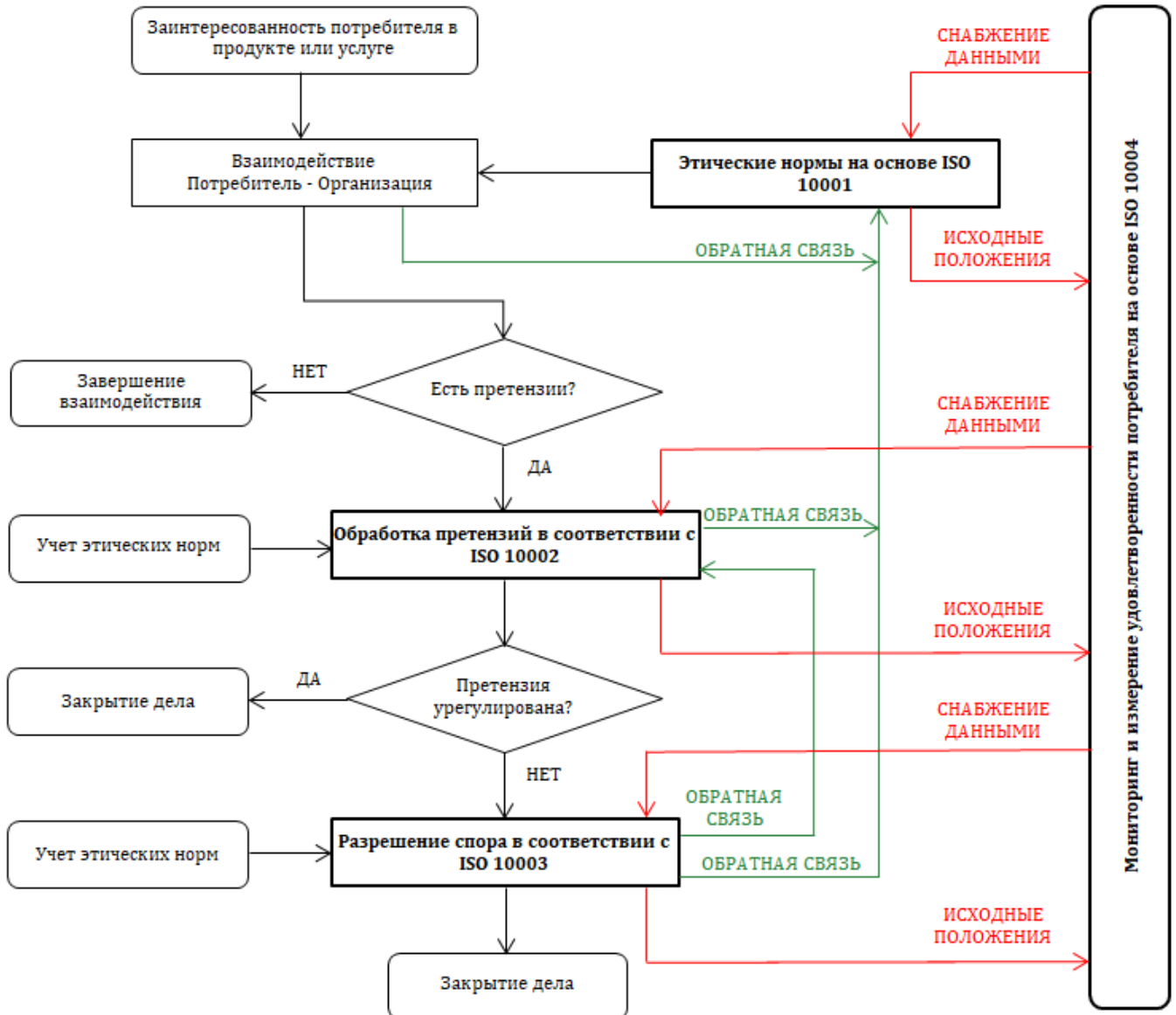


Рисунок В.1 — Взаимосвязи данного документа, ISO 10002, ISO 10003 и ISO 10004

**Приложение С**  
(информационное)  
**Рекомендации для малого бизнеса**

Данный документ предназначен для организаций любых размеров. Однако признается, что многие малые предприятия будут иметь ограниченные ресурсы для планирования, проектирования, разработки и внедрения, поддержания и улучшения этических норм, связанных с удовлетворенностью потребителя. В приведенных ниже примерах указываются ключевые области, в которых организации могут сосредоточить свое внимание на разработке соответствующего кодекса с предложениями по действиям, связанным с каждой из них.

- Изучите кодексы, применяемые другими организациями, и определите, могут ли они быть полезны для вашей организации.
- Рассмотрите возможность применения уже действующего кодекса (например, принять участие в соответствующей программе, осуществляемой отраслевой или профессиональной ассоциацией).
- Узнайте у потребителей и коллег по бизнесу, что они хотели бы видеть в качестве обязательств перед потребителем.
- Проанализируйте, какие изменения в текущей деятельности организации потребуются для результативного и эффективного выполнения обязательств, закрепленных в кодексе, включая соответствующие процедуры, подготовку, новых сотрудников, смену помещений, новое оборудование или способы коммуникаций.
- Подумайте, как ваша организация могла бы измерять, насколько результативно и эффективно она выполняет свои обязательства.
- Протестируйте, насколько хорошо кодекс работает, прежде чем принять окончательный вариант и опубликовать его.
- Установите простую процедуру, позволяющую потребителям делать запрос или подавать претензию по поводу положений кодекса или их выполнения.
- Рассмотрите возможность участия во внешнем урегулировании споров.
- Проанализируйте действующие законы и нормативные акты (например, закон о защите прав потребителей).
- Информировать потребителей соответствующими сообщениями, рекламой и другими средствами, что кодекс действует.
- Регулярно анализируйте, насколько хорошо организация выполняет свои обязательства, запрашивая у потребителей и коллег по бизнесу их мнения о кодексе и его выполнении, и вносите изменения, чтобы гарантировать, что кодекс по-прежнему является пригодным, адекватным, результативным и эффективным.

**Приложение D**  
(информационное)  
**Рекомендации по обеспечению доступности**

Организация должна сделать доступным свой кодекс и дополнительную информацию (например, форму претензии) своим потребителям, персоналу и другим соответствующим заинтересованным сторонам. Организация должна учитывать круг потенциально заинтересованных лиц (которые могут включать детей, пожилых людей, людей с различными способностями). Следовательно, информация и помощь, касающиеся кодекса, должны предоставляться на любых языках или в любых форматах, используемых для информирования о продуктах и услугах при их предложении или предоставлении с тем чтобы потребители, желающие сослаться на кодекс, не находились в неудобном положении. Организация, участвующая в соответствующей программе другой организации (например, отраслевой или профессиональной ассоциации), должна сделать свою программу действий доступной отсылкой потребителей и других соответствующих заинтересованных сторон к информации этой другой организации.

Информация должна быть однозначна для понимания и написана простым и ясным языком, и она должна быть доступна в альтернативных форматах, подходящих для существующих и потенциальных клиентов, таких как аудио, крупноформатная печать, рельефные буквы, шрифт Брайля, по электронной почте или на доступном веб-сайте.

**ПРИМЕЧАНИЕ** Альтернативный формат – это другой вид представления или представление, предназначенное для того, чтобы сделать информацию доступной посредством иных видов ощущений. Предоставляя все исходные данные и все результаты (т.е. информацию и функции) в, по крайней мере, одном альтернативном формате (например, визуальном и тактильном), можно помочь большему числу людей, включая имеющих проблемы с языком или неграмотных. Факторы, которые могут повлиять на удобство чтения и простоту понимания, включают в себя:

- размещение;
- цвет и контрастность печати;
- размер и стиль шрифта и символов;
- выбор и использование нескольких языков.

Принципы и рекомендации по разработке инструкций по применению продукции потребителями приведены в руководстве ISO/IEC Guide 37.

## Приложение Е (информационное)

### Рекомендации по получению данных от заинтересованных сторон

Организации следует определять соответствующие заинтересованные стороны и прислушиваться к их мнению. Организация должна:

- а) рассматривать спектр имеющихся методов получения исходной информации, включая открытые встречи, фокус-группы, вопросники и анкеты, экспертные комиссии, рабочие совещания и интернет-форумы;
- б) определять финансовые и людские ресурсы, связанные с получением исходных данных от соответствующих заинтересованных сторон.

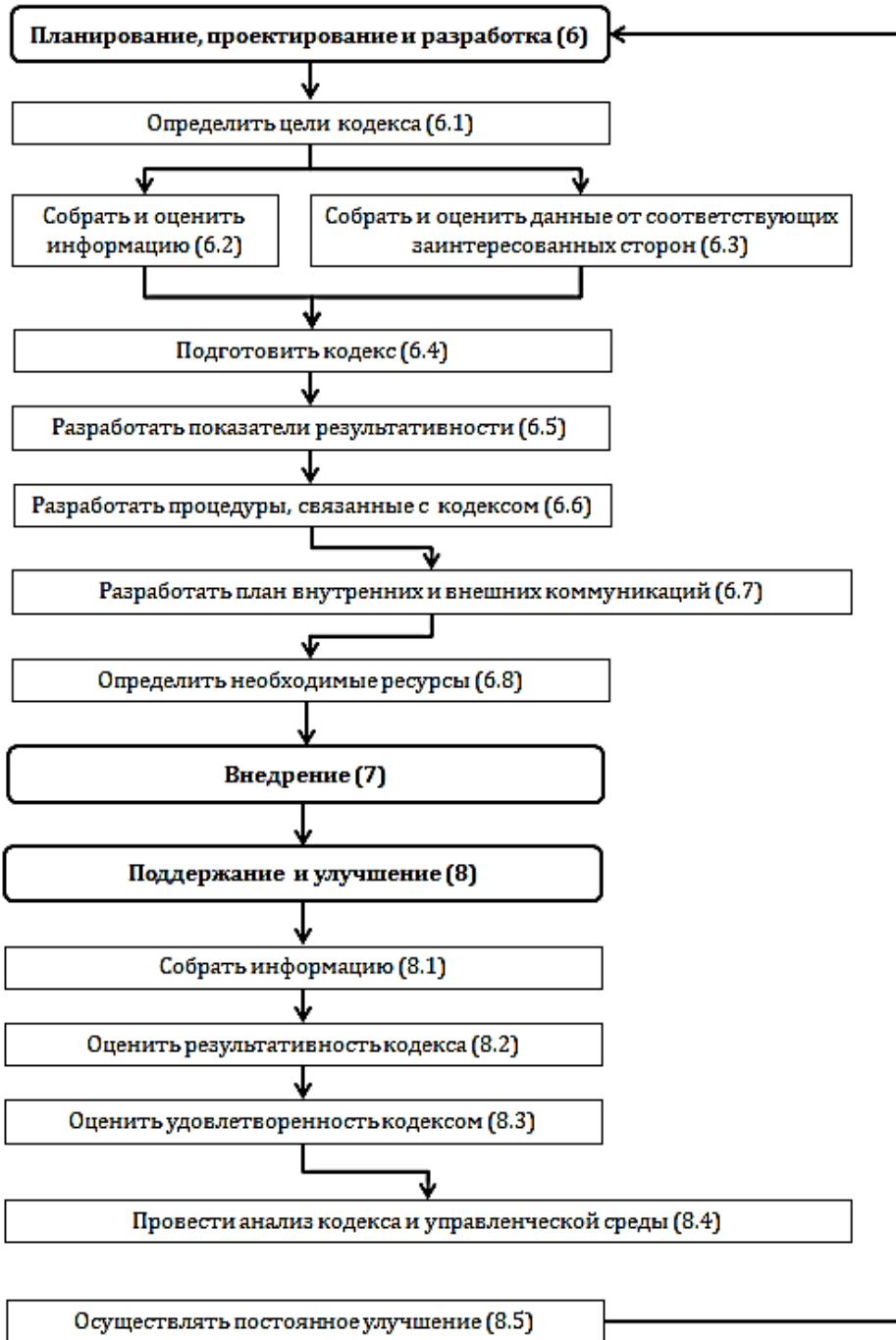
Для обеспечения результативности процесса получения данных от соответствующих заинтересованных сторон организациям следует:

- сформулировать цель процесса (включая цели, область применения процесса и то, как будет выглядеть конечный результат);
- надлежащим образом определять сроки выполнения процесса, с тем чтобы они позволяли соответствующим заинтересованным сторонам участвовать в нем, и предусматривать определенную гибкость в отношении непредвиденных событий;
- привлекать соответствующие заинтересованные стороны;
- обеспечивать, при необходимости, сохранение конфиденциальности информации, поступающей от сторон, предоставляющих материалы;
- обеспечивать использование соответствующих механизмов получения данных и надлежащее финансирование;
- обеспечивать понимание и принятие сторонами основных правил процесса.

После завершения процесса получения данных от соответствующих заинтересованных сторон организация должна использовать результаты для последующего планирования, проектирования, разработки, внедрения, поддержания и улучшения кодекса. Организация должна информировать соответствующие заинтересованные стороны о том, как использовались результаты этого процесса. Следует провести оценку результативности и эффективности процесса получения информации от соответствующих заинтересованных сторон.

## Приложение F (информационное) Организационная среда

На рисунке F.1 показана управленческая среда для принятия решений и действий, которые следует предпринимать при планировании, проектировании, разработке, внедрении, поддержании и совершенствовании кодекса.



**Рисунок F.1 — Организационная среда для кодекса**



**Приложение G**  
(информационное)

**Руководство по применению кодекса, разработанного другой организацией**

Организация может рассмотреть вопрос о принятии кодекса, подготовленного другой организацией (называемой "поставщиком кодекса"), или об участии в программе поставщика кодекса. Факторы, которые необходимо при этом учитывать, перечислены ниже.

- Подходит ли кодекс для организации?
- Какова репутация поставщика кодекса (например, хорошо ли он воспринимается потребителями, другими предприятиями и госорганами; имеет ли поставщик кодекса существенное влияние в отрасли)?
- Какой процесс использовал поставщик кодекса при проектировании и разработке кода? Открыт ли он для всех соответствующих заинтересованных сторон? Каков опыт других организаций в отношении поставщика кодекса и самого кодекса?
- Имеет ли кодекс высокую репутацию на рынке?
- Каковы затраты и преимущества участия в программе поставщика кодекса?
- Ведет ли поставщик кодекса мониторинг и обеспечивает ли он соблюдение кодекса, и если да, то как?
- Является ли кодекс обязательным для организации, его принимающей, и каковы последствия его невыполнения?
- Располагает ли поставщик кодекса достаточными ресурсами для выявления инцидентов, когда кодекс не соблюдается, и реагирования на них?
- Какую подготовку поставщик кодекса предоставляет своим сотрудникам и тем организациям, которые его выбрали для применения?
- Какие стимулы (в том числе и отрицательные) применяются поставщиком кодекса, чтобы побудить организации следовать кодексу?
- Какая информация должна быть раскрыта поставщику кодекса организацией, принимающей кодекс?
- Какую информацию поставщик кодекса раскрывает общественности, правительственным организациям и организациям, принимающим кодекс (например, ежемесячные, ежеквартальные, двухгодичные или годовые отчеты)?

## Приложение Н (информационное) Руководство по разработке кодекса

Кодекс должен соответствовать установленным для него целям. Кодексы будут отличаться в зависимости от размера и характера организации, но, как правило, имеет большое значение:

- четкое определение области действия и параметров кодекса (например, относится ли он ко всем продуктам и услугам организации или только к некоторым; применяется ли он на всей территории или только в некоторых местах);
- информирование о любых исключениях (например, обязательства не распространяются на определенные пиковые периоды или в оговоренных экстраординарных обстоятельствах);
- четкое определение ключевых терминов;
- избегание, по возможности, жаргонизмов, сокращений или аббревиатур;
- четкое определение последствий и процедур, которым следует следовать в случае невыполнения обязательств;

ПРИМЕЧАНИЕ Это может включать руководство по обработке претензий и процессам внешнего разрешения споров, как это предусмотрено в ISO 10002 и ISO 10003.

- предоставление соответствующей информации потребителю о кодексе в соответствующее время (например, организация, предлагающая продукты и услуги в режиме онлайн, может предоставить информацию о защите конфиденциальности на своем веб-сайте, в пункте выдачи и непосредственно перед покупкой продуктов и услуг потребителем);
- предоставление информации о лице, с которым должен связаться потребитель, и о том, как обращаться к нему с любыми вопросами, претензиями или комментариями;
- обеспечение результативного и эффективного применения кодекса и чтобы положения кодекса не нарушали запреты на недобросовестную или вводящую в заблуждение рекламу а также запретов на действия, нарушающие конкуренцию.

# Приложение I

(информационное)

## Руководство по разработке планов коммуникаций

### I.1 Общие положения

Организация должна разработать план по предоставлению своего кодекса и дополнительной информации персоналу и другим сторонам, участвующим в выполнении обязательств кодекса. Этот план коммуникаций будет зависеть от размера и типа организации и характера кодекса, но должен включать:

- определение внутренних и внешних получателей информации, а также их специфичных потребностей и ожиданий;
- определение ресурсов, имеющихся для осуществления коммуникаций;
- определение и выбор возможных методов коммуникаций;
- анализ их относительных преимуществ, недостатков, действенности и стоимости (например, использование логотипов, рекламы, коммуникации в пунктах продаж);
- предоставление соответствующей информации персоналу и другим сторонам, участвующим в выполнении обязательств кодекса, как внутри организации, так и за ее пределами.

### I.2 Внутренние коммуникации

Информация должна включать:

- цели кодекса и интерпретацию положений кодекса;
- как следовать положениям кодекса, включая обязанности персонала, связанные с выполнением кодекса и передачей информации;
- соответствующую информацию о процессе обработки претензий и любых положениях по урегулированию споров;
- соответствующую информацию об удовлетворенности потребителей.

ПРИМЕЧАНИЕ. В отношении обработки претензий, разрешения споров и информации об удовлетворенности клиентов организации могут использовать руководство, содержащееся соответственно в стандартах ISO 10002, ISO 10003 и ISO 10004.

Персонал также должен быть ознакомлен со всей общедоступной информацией.

### I.3 Внешние коммуникации

Информация для потребителей, заявителей претензий и других соответствующих заинтересованных сторон должна быть сделана легко доступной, например, с помощью брошюр, проспектов, этикеток и материалов веб-сайта. Эта информация должна быть точной и четкой на соответствующих языках и с применением альтернативных форматов (см. приложение D). Такая информация может включать:

- обязательства, принимаемые организациями перед потребителями;
- где и каким образом могут быть сделаны запросы и претензии или заданы вопросы, связанные с кодексом;
- каким образом будет рассматриваться запрос или жалоба, в том числе как будет обеспечиваться

## ISO 10001:2018

обратная связь о ее состоянии и временных рамках, связанных с каждым этапом этого процесса;

- варианты подтверждения запроса и средств правовой защиты в связи с претензией;
- указание на наличие любого процесса внешнего разрешения споров;
- результаты применения кодекса, включая соответствующую информацию о удовлетворенности потребителей.

ПРИМЕЧАНИЕ. В отношении обработки претензий, разрешения споров и информации об удовлетворенности клиентов организации могут использовать руководство, содержащееся соответственно в стандартах ISO 10002, ISO 10003 и ISO 10004.

Организация должна защищать персональную информацию и обеспечивать конфиденциальность тех, кто обращается с запросами и претензиями.

## **Библиография**

- [1] ISO 9001:2015, *Quality management systems — Requirements*
- [2] ISO 9004, *Quality management — Quality of an organization — Guidance to achieve sustained success*
- [3] ISO 10002, *Quality management — Customer satisfaction — Guidelines for complaints handling in organizations*
- [4] ISO 10003, *Quality management — Customer satisfaction — Guidelines for dispute resolution external to organizations*
- [5] ISO 10004:2018, *Quality management — Customer satisfaction — Guidelines for monitoring and measuring*
- [6] ISO/IEC Guide 37, *Instructions for use of products by consumers*

## Алфавитный индекс терминов

аудит 3.32	политика охраны здоровья и безопасности труда 3.15
возможности в области охраны здоровья и безопасности труда 3.22	постоянное улучшение 3.37
высшее руководство 3.12	предварительное обсуждение 3.5
документированная информация 3.24	процедура 3.26
заинтересованная сторона 3.2	процесс 3.25
законодательные и иные требования 3.9	работник 3.3
измерение 3.31	рабочее место 3.6
инцидент 3.35	результативность 3.13
компетентность 3.23	риск 3.20
корректирующее действие 3.36	риск в области охраны здоровья и безопасности труда 3.21
мониторинг 3.30	система менеджмента 3.10
несоответствие 3.34	система менеджмента охраны здоровья и безопасности труда 3.11
опасность 3.19	соответствие 3.33
организация 3.1	травма и ущерб здоровью 3.18
передавать на аутсорсинг 3.29	требование 3.8
подрядчик 3.7	участие 3.4
показатель в области охраны здоровья и безопасности труда 3.28	цель 3.16
показатель деятельности 3.27	цель в области охраны здоровья и безопасности труда 3.17
политика 3.14	