

团 体 标 准

T/CC 5—2020

商贸流通企业诚信管理体系

Integrity management system for commercial and trade circulation enterprise

2020-11-27 发布

2021-01-01 实施

引 言

0.1 总则

商贸流通业是联结生产与消费的中间环节,该领域的诚信建设对改善国内营商环境具有重要意义,对全面提升我国服务业的国际形象,掌握交易话语权,制定交易规则,也具有重要的战略意义。该领域的诚信建设能够在提升该行业企业的诚信经营、规避该行业中严重破坏市场公平竞争秩序和社会正常秩序的行为等方面产生积极的影响。

采用诚信管理体系是商贸流通企业的一项战略决策,可以促进其诚信制度和诚信文化建设,树立诚实守信的生产经营观念、履行社会责任,从而帮助其提高整体绩效,为推动可持续发展奠定良好基础。

诚信管理体系鼓励商贸流通企业做好相关方的关系管理,包括:收集并与相关方共享与诚信管理相关的信息、专业知识和资源,分析相关方的要求以及自身满足要求的能力,并作出必要的承诺,共同开展诚信管理制度和措施的改进活动;识别、预警、防范、控制与处置可能存在或已经存在的失信风险和失信行为,规定相关的过程,并使其持续受控,以实现满足这种要求和承诺,帮助企业持续提升诚信水平。

注:商贸流通企业的相关方包括产品和服务的消费者、生产材料供应商、公司股东、员工、信用监管机构或部门及同行业的竞争对手。

诚信管理体系的实施能够帮助商贸流通企业稳定提供满足消费者要求以及适用的法律法规要求的产品和服务的能力,促成增强消费者满意的机会,并且应对与企业环境和目标相关的失信风险和机遇。

0.2 诚信管理原则

GB/T 31950 中提出了以诚信水平提升为关注焦点、领导作用、全员参与、过程方法、基于事实的评价与决策、与利益相关方的共赢关系 6 项诚信管理原则。本文件结合商贸流通企业的特点,在满足监管部门的信用监管和行业自律管理要求的前提下,以提升商贸流通企业兑现诚信承诺的能力、提高企业整体绩效并推动其可持续发展为目标,在 GB/T 31950 的基础上对诚信管理原则进行改写,提出包括:以兑现诚信承诺为关注点、领导作用、全员参与、过程方法、持续改进、询证决策和关系管理 7 项诚信管理的原则。

注 1: 询证决策强调基于事实、证据和数据分析的评价与决策;关系管理强调以诚信为基础的相关方互利共赢关系。

同时,增加了持续改进原则,即对企业内外部变化及时作出改进,持续兑现诚信承诺,保持企业诚信管理水平。

注 2: 体现商贸流通企业诚信管理特点的管理实现要求见第 8 章。

0.3 实施运行模式

本文件遵循企业诚信的规律,采用过程方法,并按照“策划—实施—检查—处置(PDCA)”循环模式对与企业自我承诺、承诺的履行和跟踪、承诺的兑现评价以及承诺的改进等环节相关的过程实施控制。

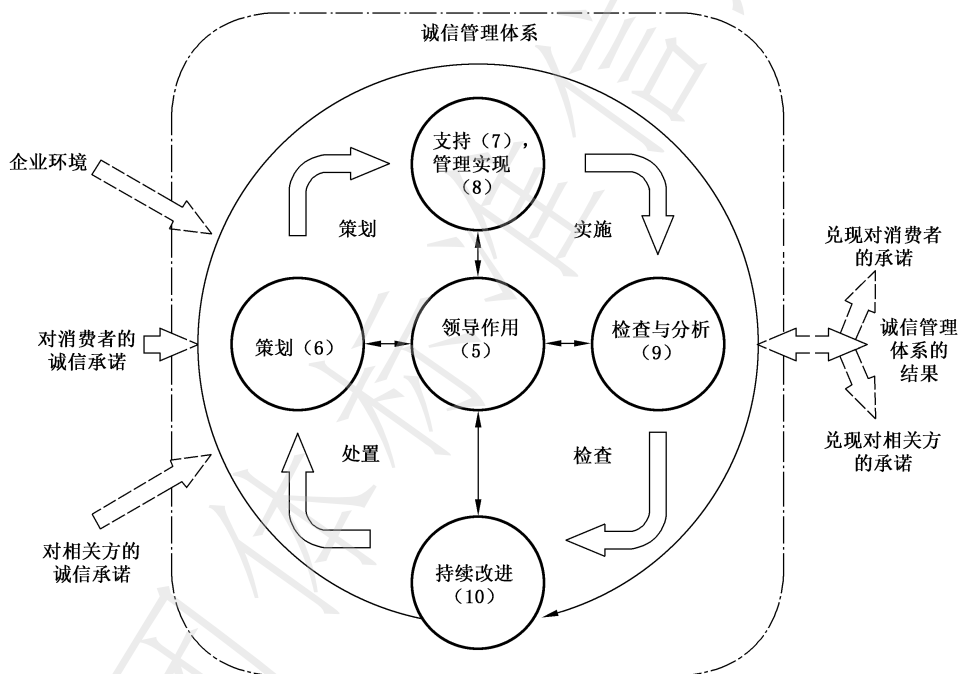
本文件采用 ISO 制定的管理体系标准框架,以提高与其他管理体系标准的协调一致性。商贸流通企业使用过程方法,并结合 PDCA 循环,将诚信管理体系与其他管理体系标准要求进行了协调或整合,并不要求改变现行的管理体系,但可能会为实施符合本文件要求的诚信管理体系对现行的管理体系进行调整或补充。

注：PDCA 是 Plan(策划)、Do(实施)、Check(检查)和 Act(处置)的第一个字母，PDCA 循环就是按照这样的顺序进行管理，并且循环不止地进行下去的科学程序。

PDCA 循环能够应用于所有与诚信管理相关的过程以及整个诚信管理体系。图 1 表明了第 5 章至第 10 章是如何构成 PDCA 循环的。

PDCA 循环可以简要描述如下：

- 策划(Plan)：根据诚信承诺内容，结合企业的诚信方针，建立诚信管理体系的目标、自我承诺机制及其过程，确定兑现诚信承诺所需的资源，并识别和应对风险和机遇；
- 实施(Do)：为实现诚信承诺的履行和跟踪，执行所做的策划；
- 检查(Check)：根据诚信管理方针、目标、诚信承诺内容，以及所策划的活动，对过程以及承诺的兑现情况进行核查和分析，并报告结果；
- 处置(Act)：必要时，采取措施改进诚信管理体系，以提高绩效。



注：括号中的数字表示本文件的相应章节。

图 1 本文件的结构在 PDCA 循环中的展示

商贸流通企业诚信管理体系

1 范围

本文件规定了商贸流通企业诚信管理体系的原则和方法,从策划、支持、管理实现、检查与分析 and 持续改进等几个方面,阐述了商贸流通企业诚信管理体系从构建、实施、运行到审核的实现方法。

本文件适用于通过实施诚信管理体系寻求优势的商贸流通企业、与之存在利益关系的企业(如供应商等)以及评价商贸流通企业诚信管理体系的内部或外部人员和机构,指导商贸流通企业内部构建和运行诚信管理体系,也可作为外部第三方机构对企业诚信管理体系进行审核的依据。

注1:商贸流通企业诚信管理体系所关注的是与诚信相关的过程方法,着重于商品交易或提供服务的实现过程。

注2:由于商贸流通企业的性质导致本文件的某些要求不适用时,可以对要求进行选择,但需要明确说明理由,同时不影响企业兑现承诺的能力或责任。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中,注日期的引用文件,仅该日期对应的版本适用于本文件;不注日期的引用文件,其最新版本(包括所有的修改单)适用于本文件。

GB/T 19000 质量管理体系 基础和术语

GB/T 19011 管理体系审核指南

GB/T 22117 信用 基本术语

GB/T 31950 企业诚信管理体系

3 术语和定义

GB/T 19000、GB/T 19011、GB/T 22117 和 GB/T 31950 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

商贸流通 **commercial and trade circulation**

商品流通和为商品流通提供服务的经济活动。

注:本文件中所指商贸流通主要是生活服务业相关的销售流通环节,包括批发零售、住宿餐饮、商务服务、居民服务等,不包括商贸物流所指的仓储物流和交通运输等。

3.2

诚信管理 **integrity management**

企业依据诚信方针和诚信目标确立相应的承诺,并对实现承诺过程进行跟踪、开展对承诺实现的评价和改进等一系列相互关联活动的集合。

3.3

诚信管理体系 **integrity management system**

企业确定其诚信目标以及为获得期望的结果确定其过程和所需资源的整体规划。

[来源:GB/T 31950—2015,3.3,有修改]

3.4

诚信受损 **impairment of integrity**

企业的产品和服务质量在一定程度上不被外部继续信任或认可的结果。

3.5

诚信承诺 integrity commitment

企业依据法律法规和行业管理条例的要求以及消费者对其产品和服务的需求,所作出的符合诚信经营准则的允诺。

4 要求和承诺

4.1 诚信管理体系要求

4.1.1 企业及其环境

商贸流通企业应确定与其宗旨和战略方向相关并影响其实现诚信管理体系预期结果的各种外部和内部因素,并对这些外部和内部因素的相关信息进行检查和分析评价。

注1: 这些因素可能包括需要考虑的正面和负面要素或条件。

注2: 考虑来自国际、国内、地区或当地的各种与商贸流通产品和服务相关的法律法规、技术、政府信用监管、同行业竞争以及市场、文化、社会和经济环境的因素,有助于理解外部环境。

注3: 考虑与本企业的价值观、诚信文化、公司治理结构、人员素质、团建、知识和绩效等有关的因素,有助于理解内部环境。

4.1.2 诚信管理体系的范围

商贸流通企业应确定诚信管理体系的边界和适用性,以确定其范围。

在确定范围时,应考虑以下方面:

- a) 各种外部和内部因素;
- b) 相关方的要求;
- c) 企业以实现诚信经营为目标而作出的与其产品和服务相关的诚信承诺。

企业的诚信管理体系范围应作为成文信息,可获得并得到保持。该范围应描述所覆盖的与其产品和服务相关的所有承诺。如企业确定本文件的某些要求不适用于其诚信管理体系范围,应说明理由。

只有所确定的不适用的要求不影响企业稳定提供满足消费者和相关方的需求和期望及适用法律法规要求的产品和服务的能力或责任,方可声称符合本文件的要求。

4.1.3 诚信管理体系的过程

4.1.3.1 商贸流通企业应按照本文件的要求,建立、实施、保持和持续改进诚信管理体系,包括所需过程及其相互作用。企业应确定诚信管理体系所需的过程及其在整个企业中的应用,且应采取以下措施:

- a) 确定这些过程所需的输入和期望的输出;
- b) 确定这些过程的顺序和相互作用;
- c) 确定和应用所需的准则和方法(包括诚信承诺及其履行的核查、分析、评价和相关指标),以确保这些过程的有效运行和控制;
- d) 确定这些过程所需的资源并确保其可获得;
- e) 分配这些过程的职责和权限;
- f) 按照 6.4 的要求应对失信风险和机遇;
- g) 评价这些过程,实施所需的变更,以确保实现这些过程的预期结果;
- h) 改进过程。

4.1.3.2 在必要的范围和程度上,企业应保持成文信息以支持过程运行,并确信其过程按策划进行。

注: 成文信息见 7.3。

4.2 承诺及履行

商贸流通企业应在承诺时实事求是、量力而定,作出诚信承诺后则应努力兑现。企业兑现其承诺还应遵循法律法规以及行业管理条例等方面的要求,并应符合道德规范的要求。

如诚信承诺不能兑现,企业应及时找出原由、及时解决并获得产品或服务的消费者和相关方的谅解,还应对作出的承诺内容和承诺履行过程中各个环节可能出现的问题进行核查和分析。如发现承诺的内容与企业自身提供产品和服务的能力不匹配,企业应对承诺进行修改。

商贸流通企业应以相关方对其兑现诚信承诺能力的影响或潜在影响大小为依据,确定与诚信管理体系有关的相关方及其要求,并应核查和分析这些相关方的信息及其相关要求。

5 领导作用

5.1 总则

最高管理者应通过以下方面证实其对诚信管理体系的领导作用和承诺:

- a) 确保制定诚信管理的方针、目标和诚信承诺,并与企业环境相适应,与战略方向相一致,与企业自身能力相匹配;
- b) 确保履行诚信承诺的要求融入企业的各项业务过程;
- c) 确保履行诚信承诺所需的资源是可获得的;
- d) 沟通有效的诚信管理和符合诚信管理体系要求的重要性;
- e) 促使人员积极参与,指导和支持他们为诚信管理体系的有效性作出贡献;
- f) 确立企业内部诚信管理部门及其人员的岗位职责,并协调与其他相关部门间在诚信管理方面的分工和协作;
- g) 确保诚信管理体系兑现企业的诚信承诺,对过程结果是否兑现对消费者及相关方的承诺进行评价,并提出纠正改进和持续提高的措施;
- h) 支持其他相关管理者在其职责范围内发挥领导作用。

5.2 以兑现诚信承诺为关注焦点

最高管理者应通过确保以下方面,证实其以兑现诚信承诺为关注焦点的领导作用:

- a) 确定、理解并持续地满足消费者和相关方的需求和期望以及适用的法律法规要求;
- b) 确定和应对风险和机遇,这些风险和机遇可能影响诚信承诺兑现以及增强消费者满意度和满足相关方需求和期望的能力;
- c) 始终致力于兑现企业的诚信承诺内容。

5.3 职责和权限应满足的条件

最高管理者应确保商贸流通企业内相关角色的职责、权限得到分配、沟通和理解。

最高管理者应分配职责和权限并满足以下条件:

- a) 建立诚信承诺识别与确认、诚信承诺履行和跟踪、诚信承诺兑现评价、诚信承诺持续改进等机制,在此基础上确定相关角色的职责、层级和程序上的诚信目标,以明确各相关角色应履行的承诺内容并以文件的形式保留;
- b) 根据自身生产经营能力对满足消费者及相关方对产品和服务的质量、安全、环保、售后服务、接受政府信用监管、遵守行业自律公约、响应社会公众投诉和举报、公开失信信息、履行社会责任等要求进行评价,确保自身的诚信承诺与能力相匹配;
- c) 对诚信承诺履行的过程及承诺兑现的结果进行核查和评价,以保持过程控制的持续有效性;

- d) 核查过程中可能存在或已经存在的失信风险,并制定预警、预防和控制、处置方法;
- e) 实施必要的措施以保证过程的结果与兑现对消费者及相关方的承诺相一致;
- f) 对诚信管理体系进行改进时保持其完整性。

6 策划

6.1 诚信方针和目标

6.1.1 商贸流通企业应确保诚信方针满足以下条件:

- a) 适应商贸流通企业的宗旨和环境并支持其战略方向;
- b) 满足对消费者及相关方的诚信承诺,承诺的内容包括但不限于:产品和服务的质量、安全、环保、售后服务、接受政府信用监管、遵守行业自律公约、响应社会公众投诉和举报、公开失信信息、履行社会责任等;
- c) 确保诚信管理体系有效且持续改进;
- d) 在商贸流通企业内得到沟通、理解和应用;
- e) 保持成文信息,必要时可为相关方所获取。

6.1.2 商贸流通企业应针对相关职能、层次和诚信管理体系所需的过程建立诚信目标,并保持成文信息。诚信目标应满足以下条件:

- a) 与诚信方针保持一致;
- b) 可测量;
- c) 考虑适用的要求;
- d) 与满足消费者及相关方对产品和服务的质量、安全、环保、售后服务的要求和期望,以及兑现接受政府信用监管、遵守行业自律公约、响应社会公众投诉和举报、公开失信信息、履行社会责任等承诺相关;
- e) 可核查;
- f) 可沟通;
- g) 适时更新。

6.2 诚信承诺

诚信承诺内容主要包括但不限于以下方面:

- a) 商贸流通企业应遵循的行业规范、行业诚信自律等要求;
- b) 商贸流通企业签署的各类合同、承诺、声明、公告等明示条款;
- c) 商贸流通企业根据行业特点宜履行的社会责任和社会合理期望等。

6.3 诚信目标及承诺履行和跟踪

6.3.1 策划如何实现诚信目标、实现承诺履行和跟踪时,企业应确定以下内容:

- a) 要做什么;
- b) 需要什么资源;
- c) 由谁负责;
- d) 何时完成;
- e) 如何评价结果。

6.3.2 对于实施商贸流通企业诚信管理体系中可能涉及的与诚信承诺确认及兑现相关的变化,商贸流通企业应做好应对变化的规划和部署,并且考虑以下情况:

- a) 变更的目的和它可能带来的后果;

b) 企业诚信管理体系的完整性；

c) 涉及资源的可获取性；

注：资源包括人力资源、信息基础设施、过程运行环境、企业知识等。

d) 责任和权利的分配或重新分配。

6.4 应对风险和机遇

6.4.1 在策划诚信管理体系时，商贸流通企业应考虑 4.1 所提及的因素和 4.2 所提及的要求，并确定需要应对的风险和机遇，以满足以下条件：

a) 确保诚信管理体系能够实现其预期结果；

b) 增强有利影响；

c) 预防或减少不利影响；

d) 实现改进。

6.4.2 商贸流通企业应策划的内容包括但不限于：

a) 应对这些风险和机遇的措施；

b) 如何在诚信管理体系过程中整合并实施这些措施(见 4.1.3)；

c) 如何评价这些措施的有效性。

应对措施应与风险和机遇对企业兑现产品和服务的质量、安全、环保、售后服务、接受政府信用监管、遵守行业自律公约、响应社会公众投诉和举报、公开失信信息、履行社会责任等承诺的潜在影响相适应。

注 1：通过信息充分的决策，应对风险可选择规避风险，为寻求机遇承担风险，消除风险源，改变风险的可能性或后果，分担风险，或保留风险。

注 2：机遇可能导致采用新实践，推出新产品，开辟新市场，赢得新的消费者，建立合作伙伴关系，利用新技术和其他可行之处，以应对消费者和相关方的需求和期望。

7 支持

7.1 资源

7.1.1 总则

商贸流通企业应确定并提供建立、实施、维护和持续改进企业诚信管理体系所需要的资源，同时应考虑现有内部资源的能力和局限，以及需要从外部供方获得的资源。

7.1.2 人力资源管理

为实现企业的诚信方针和诚信目标，企业应满足以下条件：

a) 适时提供培训或采取其他措施，持续提高商贸流通企业的人员对企业的诚信方针、诚信目标以及自我承诺的认同与认知程度，并形成其自觉的行为准则；

b) 确定关键过程负责人和执行人、诚信管理人员所需的诚信管理能力，且基于适当的教育、培训、技能和经验，以确保其应是能够胜任的；

c) 确保商贸流通企业的人员认识到所从事的活动与企业诚信水平的相关性和重要性，以及如何为实现诚信目标、履行承诺作出贡献；

d) 适时评价商贸流通企业人力资源保障的有效性，并采取有效的持续改进措施。

企业应保留适当的成文信息，作为人员能力的证据。

7.1.3 信息基础设施

商贸流通企业应确定、提供并维护用于支撑企业诚信管理体系实施的信息基础设施,确保产品和服务的一致。信息基础设施包括以下方面:

- a) 运行环境(包括资源环境和内部管理制度);
- b) 硬件和软件(包括外部政府信用监管平台、企业内部诚信管理平台以及诚信风险管控工具等);
- c) 与诚信管理相关的信息(包括诚信管理体系范围、诚信目标和承诺以及诚信档案等成文信息);
- d) 信息和通信技术。

7.1.4 过程运行环境

商贸流通企业应确定、提供并维护支撑企业诚信管理体系实施所需的环境,以运行过程。

注:环境可能包括物理的、社会的、心理的、外界的以及其他因素。

企业应确定与其宗旨、战略方向、诚信承诺相关并影响其实现诚信管理体系预期结果的能力的各种外部和内部因素。企业还应对这些外部和内部因素的相关信息进行核查和评审。

7.1.5 资源核查和评估

商贸流通企业应依据核查和评估的结果来确保实施诚信管理体系所需的资源的有效性和可靠性,确保提供的资源符合下列条件:

- a) 适用于特殊类型的核查和评估活动所需;
- b) 通过维护能够始终符合应用所需。

企业应保留成文信息,作为资源符合应用需求的证据。

7.1.6 企业知识

商贸流通企业应确定实施诚信管理体系所需的知识,并在必要的范围内实现共享。如需求和趋势有所变化,企业应及时关注现有知识结构并确定如何去获取和补充额外的知识。

7.2 沟通

商贸流通企业应确定与诚信管理体系相关的内部和外部信息沟通的内容,包括但不限于:

- a) 沟通的信息内容;
- b) 沟通时间;
- c) 沟通对象;
- d) 沟通方式和方法。

7.3 成文信息

7.3.1 总则

成文信息应是确保企业诚信管理体系有效实施所必需的,其内容和种类取决于企业的规模、经营性质、产品、服务及其流程的复杂程度和交互活动、编制文件的人员素质等因素。成文信息包括但不限于企业的诚信管理体系范围、诚信目标、诚信承诺、承诺履行和跟踪记录、承诺兑现评价结果、员工培训和教育记录、诚信档案、公开的失信信息等。

7.3.2 创建和更新

在创建和更新成文信息时,商贸流通企业应充分考虑以下方面:

- a) 识别信息和描述,包括标题、日期、作者或参考号;
- b) 格式(包括语言、软件版本、图表)和媒介(包括纸质版、电子版);
- c) 为确保其适用性和准确性的修订及审批的程序。

7.3.3 版本管理

7.3.3.1 成文信息应进行版本管理,以满足以下条件:

- a) 在需要时便于并适于使用;
- b) 能被恰当地保存,防止泄密、使用不当或缺失。

7.3.3.2 为实现成文信息的版本管理,企业应做好以下措施:

- a) 分发、获取、检索和使用;
- b) 存储和保存,包括确保其易读性;
- c) 更改内容的审批;
- d) 保持和销毁。

8 管理实现

8.1 总则

商贸流通企业应依据对与自身相关的关键诚信管理要素的识别结果,建立相应的规章制度,包括但不限于关键过程执行人管理、产品实现或服务提供、营销管理、社会责任履行、风险管理以及诚信意识培养等方面,以确保运行的可控性和有效性。

企业应适时分析、识别和确定要素及其变化,并评估这些要素及其变化可能存在或已经存在的对诚信管理体系相关的过程的不利影响,实施必要的应对措施,以保持过程控制的有效性,以及与企业目标的一致性。

商贸流通企业包含的批发零售、住宿餐饮、商务服务、居民服务等典型企业诚信管理体系中管理实现过程分别见附录 A、附录 B、附录 C 和附录 D。

8.2 关键过程执行人管理

商贸流通企业应对诚信管理实施关键过程的执行人确定必要的行为束缚及失信惩戒机制,充分考虑商贸流通过程中与人力资源相关的影响因素,实施必要的措施以保持有效控制。

8.3 产品实现或服务提供

商贸流通企业应建立与承诺内容保持一致、保障产品实现或服务提供的内部管理控制制度,包括但不限于:

- a) 在现有产品或服务的质量管理体系文件中补充或完善有关产品或服务提供的相关文件或要求;
- b) 在现有与产品或服务相关的其他体系文件中补充或完善有关产品或服务提供的相关文件或要求,如环境管理体系文件、职业健康安全管理体系文件等;
- c) 建立商贸流通企业产品实现或服务提供的诚信管理文件。

8.4 营销管理

商贸流通企业应建立与承诺内容保持一致,涵盖售前、售中、售后全过程的营销管理制度,确保售前策划、销售渠道、营销宣传、产品或服务的标识、标签说明以及售后服务等与企业对外的产品或服务承诺保持一致。

8.5 社会责任履行

商贸流通企业的社会属性要求企业承担和履行与企业目标和社会要求相一致的责任和义务,包括但不限于:

- a) 工资及支付;
- b) 劳动福利与社会保障;
- c) 纳税;
- d) 环境保护;
- e) 职业健康安全保障;
- f) 社会贡献;
- g) 社会要求或期望的其他责任和义务。

注:商贸流通企业社会责任的具体内容,可根据自身行业特点参考 GB/T 36000—2015 中社会责任 7 大核心主体:组织治理、人权、劳工实践、环境、公平运营、消费者、社区参与和发展,或参考 GB/T 19580—2012 中考察社会责任履行情况的 3 个方面:公共责任、道德行为和公益支持。

8.6 风险管理

8.6.1 总则

企业应对可能存在或已经存在的诚信风险适时识别、分析和确定,并采取事前、事中和事后控制的过程方法和运用必要的诚信管理工具,确保诚信风险持续受控。

8.6.2 风险的识别

企业应适时识别与诚信管理体系相关的过程和因素中可能存在的不确定性和风险,其内容包括但不限于以下几个方面。

- a) 政策风险:
 - 企业经营管理策略和制度不符合相关的法律法规、政策、管理体制、建设规划调整或行业专项整治办法的要求;
 - 企业的战略规划和定位与诚信管理体系的宗旨相悖。
- b) 产品或服务风险:
 - 提供的产品、服务存在质量和缺陷问题;
 - 提供的产品或服务与承诺的内容不一致或可能产生误解。
- c) 经营管理风险:
 - 企业法人治理结构、组织体系和激励机制不当造成诚信管理实施困难或内耗增大;
 - 企业最高管理者未充分授权,或内部职权不清、相互掣肘;
 - 员工缺乏对诚信管理体系方式的认同;
 - 不能及时响应客户诉求,同时产生客户歧视。
- d) 舆情风险:企业因产品和服务质量不合格,劳资纠纷、法律纠纷和重大事故被公众媒体曝光,使企业公信力和美誉度急剧下降。

8.6.3 预警、纠正与防范措施

依据对风险的识别和判定,企业应:

- a) 在企业内部或对相关方以及在全社会范围内发出预警;
- b) 实施必要的措施,对已经存在的风险加以控制和纠正,消除风险的原因,防止风险的再次发生;
- c) 实施必要的措施,对可能存在的风险加以防范和控制,防止风险的发生;

d) 对可能会给相关方造成直接或间接影响的风险,应在适宜的范围予以信息披露。

8.6.4 应急准备和响应

如企业已经发生失信行为或对企业信用状况产生重大影响,企业应:

- a) 确定一个人或一组人负责响应与处置;
- b) 保持与相关方的充分沟通与协商;
- c) 实施必要的措施,以挽回或尽量减少对相关方造成的影响或损失;
- d) 适当时,在适宜的范围予以信息披露,并明示实施的纠正措施以及与相关方达成的协商结果。

8.7 诚信意识培养

企业应提供与诚信管理有关的培训,尤其是对诚信管理人员的培训,并保持相关的记录,使员工理解:

- a) 企业诚信管理体系相关的政策;
- b) 诚信管理方针和要求的重要性;
- c) 诚信目标和诚信承诺内容;
- d) 个人在诚信管理体系实施和运行方面的作用与职责,以及实施承诺履行和跟踪、承诺兑现评价能够带来的益处;
- e) 个人对企业诚信的影响以及个人工作改进带来的效益;
- f) 与诚信管理体系实施的需要相悖时可能造成的影响;
- g) 失信行为对个人的影响。

9 检查与分析

9.1 总则

企业应策划并实施以下方面所需的监视、检查、分析和处理过程:

- a) 确保诚信管理措施的适宜性和有效性;
- b) 收集诚信管理活动中的信息,调查失信原因,进行数据分析,以便持续改进。

注:企业可参照 GB/T 19001 质量管理体系的要求开展诚信管理的内审和管理评审。

9.2 诚信承诺兑现检查

诚信承诺包括但不限于企业在诚信管理过程、广告宣传、售后服务、文化建设以及信贷、纳税、合同、质量和其他(对员工、环境、社会等)方面的承诺。企业应对诚信管理承诺的兑现情况进行检查和分析,并确定获取和利用这些信息的方法。

9.3 过程检查

检查的数据和结果应作为内部的采集信息,用于持续改进的实施。企业应:

- a) 规定必要的方式,对诚信管理工作的效果进行评估,并在适当时进行检查。所规定的方式应能有效地评估所策划的过程达到预期结果的能力。如未能达到所策划的结果,应采取适当的改进措施。
- b) 采用适合本企业特点的检查方式,必要时可使用设备。

9.4 信息收集与分析

9.4.1 总则

企业应建立、实施并保持信息交流与控制的相关规章制度,规定内部、外部信息交流的内容、范围与形式,规范在线诚信信息的接收、传递和处理,使各诚信管理要素构成一个完整的、动态的持续改进体系,确保诚信管理的持续有效。

9.4.2 内部信息

内部信息包括但不限于:

- a) 企业的诚信管理方针、管理措施的执行信息、诚信管理目标;
- b) 诚信承诺管理及更新信息;
- c) 诚信管理目标、方针的分解,指令传达、完成情况等;
- d) 诚信管理相关的紧急状态信息;
- e) 职责和权限信息;
- f) 顾客满意情况;
- g) 相关方投诉信息;
- h) 员工提出的合理意见等。

9.4.3 外部信息

外部信息包括但不限于:

- a) 与产品或服务相关的法律法规、规范和标准等信息;
- b) 上级或地方主管部门发出的规定、决定、要求、指示等信息;
- c) 有关的行业信息;
- d) 相关方信息,包括顾客、供应商及周围社区居民的沟通,涉及重要环境影响的处理、伤亡事故的上报等信息。

9.5 诚信管理绩效评价

企业可策划实施诚信管理绩效的评价方案,包括但不限于评价的准则、范围、内容、频次和方法。

注:企业诚信评价可自我评价也可以委托第三方进行评价。

9.6 诚信受损评估和处置

9.6.1 总则

企业应围绕诚信管理所明确的过程以及方针、目标的执行情况和改进的方法和效果进行评估,并制定相应的惩戒机制。

9.6.2 评估对象

在评估时,企业应:

- a) 明确与过程相关的责任部门及其部门负责人;
- b) 明确与过程相关的其他责任人。

9.6.3 评估内容

企业应明确评估的项目,其内容包括但不限于:

- a) 评估项目的数据和结果;
- b) 相关方的反馈意见;

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/556115224124010053>