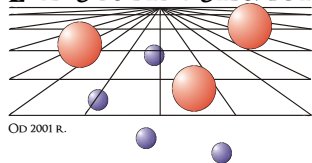


Zgodność z przepisami - szkolenie dla partnerów handlowych

LAB-SYSTEM-SERVICE



1

Poznaj Swojego Klienta (KYC)



Wieloletni klient składa nowe zamówienie

Wieloletni klient składa nowe zamówienie:

- Z tą samą nazwą firmy
- Z innym adresem dostawy (inny kraj)
- Znacznie wyższa wartość zamówienia
- Zamówione produkty różnią się od zazwyczaj zamawianych
- Weryfikacja klienta (KYC) została przeprowadzona jakiś czas temu, ale nie zachowano żadnej dokumentacji
- Sprzedano towar bez ponownej weryfikacji klienta

Sprzedawaliśmy im już wcześniej i znajdują się w naszym systemie

Czy takie podejście jest właściwe?



Opcje odpowiedzi:

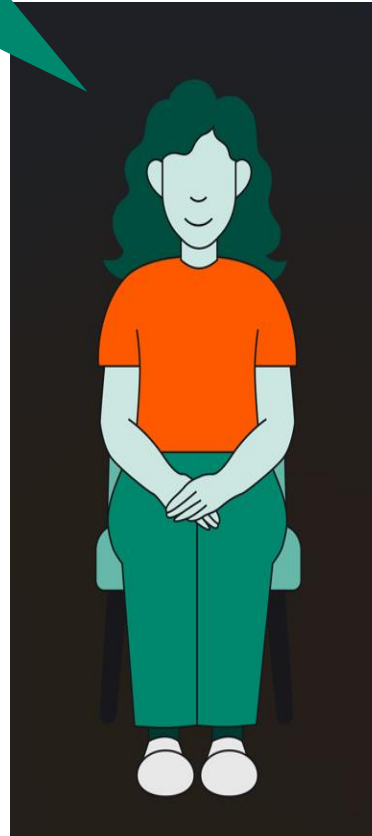
- **A.** Tak – obecni klienci nie muszą ponownie przechodzić procedury KYC
- ✓ **B.** Nie – procedurę KYC należy uruchomić ponownie w przypadku pojawienia się sygnałów ostrzegawczych lub zmian
- **C.** Tak, chyba że figurują na liście podmiotów objętych sankcjami

Kwalifikacja wg procedury KYC

Jeśli nie jesteś w stanie z pewnością odpowiedzieć na wszystkie 5 pytań, procedura KYC jest NIEKOMPLETNA. Pamiętaj: każdy **niepokojący sygnał oraz zmiana zachowania, adresu, zastosowania lub miejsca wysyłki** na istniejących kontaktach wymaga ponownego przeprowadzenia procedury KYC?

KYC w 5 pytaniach:

- *Kto?* - Kim dokładnie jest klient i czy jest wiarygodny?
- *Co?* - Czy wartość zamówienia lub jego charakter powodują wzrost ryzyka?
- *Dlaczego?* - Dlaczego użytkownik końcowy potrzebuje produktów firmy Cytiva?
- *Gdzie?* - Gdzie znajduje się siedziba klienta i jakie jest ryzyko lokalizacji kraju klienta?
- *Kiedy?* - Kiedy wpłynęło zamówienie? Czy wszystkie działania są udokumentowane i można je prześledzić? Należy prowadzić księgi i rejestry



Konieczna kontrola:

- Przegląd strony internetowej firmy
- Weryfikacja adresu przedsiębiorstwa
- Kontrola firmy w oficjalnych rejestrach

Dodatkowa kontrola w razie niepokojących sygnałów:

- Prośba o udzielenie informacji i przekazanie dokumentów od klienta
- Sprawdzenie opinii o kliencie
- Wizyta w firmie

Zamówienie nie powinno zostać zatwierdzone, dopóki nie zostaną wyjaśnione wszystkie niepokojące sygnały

Sztuczna inteligencja jako narzędzie wspomagające proces KYC



Czy korzystasz ze sztucznej inteligencji do weryfikacji wiarygodności klientów (KYC)?

W czym może pomóc sztuczna inteligencja:

- Wskazywanie potencjalnych sygnałów ostrzegawczych na podstawie wprowadzonych danych
- Sporządzanie podsumowań oceny ryzyka
- Generowanie list kontrolnych KYC na podstawie polityki/procedury KYC
- Tworzenie standardowych zapytań dotyczących weryfikacji klienta

Czego nie zastąpi sztuczna inteligencja:

- Narzędzi do kontroli rejestrów firmy
- Ludzkiej interpretacji
- Zgód prawnych i zgodności z przepisami
- Systemów wymaganych przez przepisy

Szablon zapytania KYC

Szablon zapytania dotyczącego weryfikacji zgodności z wymogami KYC

Cel:

Pomoc w **weryfikacji zgodności z zasadami „Poznaj swojego klienta” (KYC)** w odniesieniu do zamawiającego. Sprawdzenie podanej firmy i ustalenie, czy jest ona uprawnionym **użytkownikiem końcowym** naszych produktów, w tym weryfikacja pod kątem **sankcji i obecności na czarnych listach**.

Definicja uprawnionego użytkownika końcowego

Uprawniony użytkownik końcowy to firma, która **wykorzystuje produkty na potrzeby własnej produkcji, badań lub przetwarzania**.

Nieuprawnieni użytkownicy końcowi:

- Hurtownicy lub dystrybutorzy
- Eksporterzy lub odsprzedawcy
- Spedytorzy lub firmy logistyczne
- Podmioty powiązane z krajami objętymi sankcjami (Iran, Rosja, Białoruś, Kuba, Syria)
- Podmioty umieszczone na czarnej liście lub wykluczone

Instrukcje

1. Przejrzyj wszystkie przedstawione wpisy dotyczące firmy.

2. Dla każdego wpisu, ustal:

- Status uprawnienia
 - Uprawniony użytkownik końcowy LUB nieuprawniony
- Uzasadnienie
 - Krótkie uzasadnienie (np. rodzaj firmy, branża, prowadzona działalność)
- Sankcje/obecność na czarnych listy
 - Sprawdź, czy podmiot figuruje na **globalnych lub lokalnych listach sankcyjnych** (OFAC, UE, ONZ, Wielka Brytania, lokalne) lub czy ma powiązania z krajami objętymi sankcjami.
- Wynik wyszukiwania: **Nie znaleziono żadnych sankcji** LUB Znaleziono na liście \[nazwa listy].
- Źródło: Podaj **wiarygodny link** potwierdzający twój wniosek (oficjalna strona internetowa, rejestr lub baza danych sankcji).

3. Na początku odpowiedzi umieść tabelę podsumowującą zawierającą następujące kolumny:

Nazwa klienta | Status uprawnienia | Uzasadnienie | Sprawdzenie sankcji/czarnej listy | Źródło

Dane firmy

(Wpisz dane dotyczące klienta np. nazwa, adres, kraj)

2

Zarządzanie pod- dystrybutorami



Kontrola ujawnia nieprawidłowości w zarządzaniu poddystybutorami

Audyt wykazuje że:

- Lista poddystybutorów jest nieaktualna i niekompletna
- Niektórych z poddystybutorów sprzedających produkty Cytiva nigdy nie wpisano na listę
- W stosunku do poddystybutorów nie przeprowadzono żadnej formalnej weryfikacji KYC
- Poddystybutorzy podpisali jedynie podstawowe warunki sprzedaży
- Umowy nie zawierają postanowień dotyczących przeciwdziałania przekupstwu i korupcji (ABAC) ani kontroli eksportu
- Nie ma dowodów na to, że poddystybutorzy przeszli szkolenie ABAC

To mali, zaufani partnerzy - współpracujemy z nimi od lat

Czy to podejście jest zgodne z wytycznymi firmy Cytiva?



Opcje odpowiedzi:

- **A.** Tak – Poddystybutorzy są odpowiedzialni za swój własny program ABAC
- **B.** Tak – Zaufanie i doświadczenie zastępują formalne mechanizmy kontroli
- ✓ **C.** Nie – Poddystybutorzy reprezentują partnera handlowego i muszą spełniać określone wymogi dotyczące zgodności

Wymagania w stosunku do poddystybutorów

Co faktycznie zawiera umowa zawarta między dystrybutorem a firmą Cytiva

- Poddystybutory działają w imieniu Cytiva
- Lab-System-Service ponosi pełną odpowiedzialność za ich działania
- Poddystybutory muszą być:
 - ujawnieni firmie Cytiva
 - poddani weryfikacji. Oprócz standardowej procedury KYC, weryfikacja ta powinna obejmować sprawdzenie **negatywnych informacji** w mediach
 - związani umową w zakresie zobowiązań wynikających z ABAC i przepisów eksportowych
 - przeszkoleni w zakresie obowiązujących kodeksów postępowania, w tym Kodeksu postępowania partnerów handlowych

Test

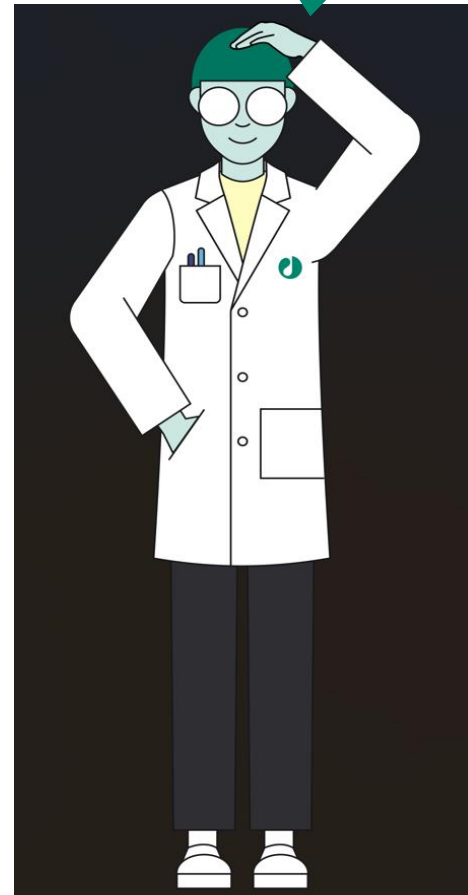
Czy możesz wykazać, kim są odsprzedawcy twoich poddystybutorów, dlaczego zostali zatwierdzeni, jakie umowy podpisali i jakie szkolenia przeszli? Jeśli nie – system kontroli poddystybutorów nie jest skuteczny



Definicja poddystributora

A. Firma, która:

- Została oficjalnie wyznaczona przez dystrybutora - firmę Lab-System-Service
- Reprezentuje dystrybutora - Lab-System-Service - w celu promowania produktów firmy Cytiva
- Aktywnie:
 - pozyskuje klientów
 - bierze udział w przetargach lub aukcjach
 - działa „w imieniu” dystrybutora - Lab-System-Service (zastępuje go)



Która firma jest poddystributorem?

B. Firma, która:

- Kupuje produkty Cytiva od Dystrybutora
- Nie promuje aktywnie produktów Cytiva
- Pełni głównie rolę pośrednika handlowego dla konkretnego odbiorcy końcowego (np. handlowca, okazjonalnego odsprzedawcy)

Aby odróżnić takie firmy od naszych partnerów handlowych nazywamy je „pośrednikami”.

Wymagania dotyczące pośredników drugiego poziomu



A co z pośrednikami drugiego poziomu? Czy w ich przypadku wymagana jest procedura należytej staranności lub zawarcie umowy?

Dla pośredników drugiego poziomu:

- **NALEŻY** przeprowadzić procedurę KYC (tak jak w przypadku każdego zwykłego klienta)
- **NIE TRZEBA** przeprowadzać pełnej weryfikacji wiarygodności poddystrybutora
 - bez konieczności umawiania wizyty
 - brak wymogu pełnego nadzoru (zatwierdzeń)
 - brak obowiązkowego programu szkoleń ABAC

Jednakże:

- Ich **końcowi użytkownicy muszą być znani i mieć legalny status prawny**
- Wszelkie sygnały ostrzegawcze **muszą powodować zaostrzenie weryfikacji**
- Jeśli z czasem **zakres ich obowiązków ulegnie rozszerzeniu**, konieczna będzie zmiana ich statusu na poddystrybutora
- Są zobowiązani do przestrzegania reguł **ABAC oraz przepisów eksportowych** (podpisany formularz lub pismo)

3

Interakcje z
klientami



To tylko kurtuazyjny obiad

Czy ta interakcja jest akceptowalna?



Przygotowujesz się do sfinalizowania umowy z wieloletnim klientem

Aby wzmocnić relacje, planujesz:

- Zaprosić trzech pracowników klienta na kolację do znanej restauracji
- Pokryć cały rachunek w ramach „gestu kurtuazyjnego”
- Nie jest ustalony formalny program spotkania (celem jest ogólne budowanie relacji)”
- W Twojej firmie nie obowiązują wewnętrzne limity ani procedury uzyskiwania zgód
- Zazwyczaj nie przechowujesz rachunków ani list uczestników takich kolacji

Opcje odpowiedzi:

- ✓ **A.** Nie – wymaga to ustalonej procedury, uzyskania zgody i udokumentowania. Posiłki muszą być zgodne z określonymi zasadami, limitami, wymogami dotyczącymi zatwierdzeń i archiwizacji.
- **B.** Tak, ale tylko jeśli kwota nie przekracza rozsądnego poziomu. Niewielkie wydatki nie wymagają przestrzegania zasad ani dokumentacji, o ile nie są zbyt kosztowne.
- **C.** Tak, jest to zwyczajowa uprzejmość biznesowa, której celem jest budowanie relacji i która nie wiąże się z przekazaniem gotówki ani prezentów.

To tylko koszt upominkowy

Czy taki koszt upominkowy
jest akceptowalny?

Zespół handlowy planuje wysłać świąteczny koszyk upominkowy do siedziby kluczowego klienta w ramach podziękowania za udany rok

- Jeden koszyk zostanie wysłany do biura klienta, z pewnością przyniesie korzyści konkretnym osobom
- Szacowana wartość: 500 złotych
- W firmie nie ma ustalonych zasad określających:
 - maksymalną wartość upominków
 - wymogów dotyczących uzyskania zgody
 - częstotliwości wręczania upominków
- W firmie nie prowadzi się ewidencji:
 - odbiorców
 - wartości upominków
 - uzasadnień
- Praktyka ta istnieje od lat i jest uważana za „działanie budujące dobre relacje o niskim ryzyku”



Opcje odpowiedzi:

- A.** Tak – jest to sezonowy gest grzecznościowy, który nie jest skierowany do konkretnej osoby
- B.** Tak, ale tylko wtedy, gdy wartość prezentu mieści się w granicach określonych przez prawo krajowe
- C.** Nie – prezenty stanowią transfer środków, który wymaga przestrzegania zasad, uzyskania zgód i sporządzenia dokumentacji

Zasponsorujmy im konferencję

Czy taki sponsoring jest akceptowalny?

Zewnętrzne stowarzyszenie naukowe organizuje wydarzenie branżowe. Wśród uczestników znajduje się kilku obecnych lub potencjalnych klientów

Propozycja stowarzyszenia:

- Opłata 50 tys. złotych na sponsorowanie imprezy
- Korzyści dla sponsorów obejmują:
 - lokowanie logo
 - spotkania networkingowe
- Nie weryfikuje się formalnego planu ani wyników
- Sponsoring proponowany jest nieoficjalnie
- Nie istnieją wewnętrzne procedury dla:
 - oceny celu sponsoringu
 - rozdzielenia wartości transferu od jego wpływu
 - dokumentowania korzyści vs. koszty

Opcje odpowiedzi:

- **A.** Tak – to wydarzenie branżowe o charakterze edukacyjnym
- ✓ **B.** Nie – sponsorowanie to działanie obarczone wysokim ryzykiem, wymagające przeprowadzenia formalnej analizy należytej staranności, uzyskania zgody oraz sporządzenia odpowiedniej dokumentacji
- **C.** Tak – to powszechna praktyka w branży



Wymagania dotyczące interakcji z klientami



Dlaczego jasne zasady dotyczące kontaktów z klientami są niezbędne i powinny znaleźć się w Twoich procedurach?

Jeśli w procedurach firmy nie określono jasno, jak pracownik powinien postępować, zapraszając kogoś na poczęstunek lub oferując korzyści, ludzie będą kierować się:

- nawykami
- lokalnymi zwyczajami
- "tym, co przecież zawsze robiliśmy"

Skuteczne procedury prostym językiem odpowiadają na pytania:

- ✓ Czym jest łapówka lub nielegalna opłata?
- ✓ Jakie są właściwe, a jakie niewłaściwe formy interakcji z klientem?
- ✓ Jakie są progi finansowe w kontaktach z klientami?
- ✓ Jakie zgody są wymagane, kto je wydaje i kiedy?
- ✓ W jaki sposób należy zaksięgować koszty?
- ✓ Jakie dokumenty należy przechowywać?
- ✓ Jakie lokacje są odpowiednie, a jakie nieodpowiednie?
- ✓ Jak często to już za często?

Bez tych zasad:

- Pracownicy działający w dobrej wierze podejmują błędne decyzje
- Zgodność z przepisami staje się kwestią subiektywną
- Wynikiem są „powtarzające się ustalenia”, a nie problemy jednostkowe

Jasne zasady chronią pracowników i podmioty trzecie w takim samym stopniu, w jakim chronią Twoją firmę

4

**Zgłaszanie
problemów/
Sygnalizowanie**



Nie wiedziałem, komu o tym powiedzieć

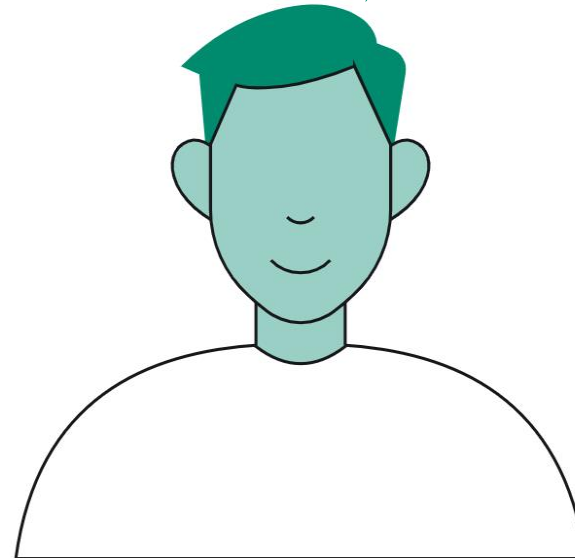
Pracownik zauważa coś niepokojącego:

- Kolega proponuje „dostosowanie” faktury zgodnie z życzeniem klienta
- To zachowanie wydaje się niewłaściwe, ale przedstawia się je jako „tak właśnie robimy”

Pracownik:

- Nie zna żadnego oficjalnego kanału sygnalizacyjnego:
 - firma jest niewielka i nie posiada infolinii
 - zgodnie z polityką firmy należy zgłaszać wszelkie nieprawidłowości, ale nie określono w jaki sposób, ani komu
- Mówi się mu, że może „po prostu porozmawiać z bezpośrednim przełożonym”
- Niepokoi się, ponieważ:
 - kierownik ściśle współpracuje z zaangażowanym pracownikiem
 - nie ma żadnej gwarancji poufności
 - dochodzenia nigdy nie były omawiane wewnątrz firmy

Czy proces zgłaszania nieprawidłowości w tej firmie działa prawidłowo?



Opcje odpowiedzi:

- A.** Tak – od małych firm nie oczekuje się posiadania formalnych mechanizmów sygnalizowania nieprawidłowości
- B.** Tak – pracownik może porozmawiać ze swoim przełożonym
- C.** Nie – proces ten nie gwarantuje bezpieczeństwa, poufności ani bezstronności

Zasady sygnalizowania problemów

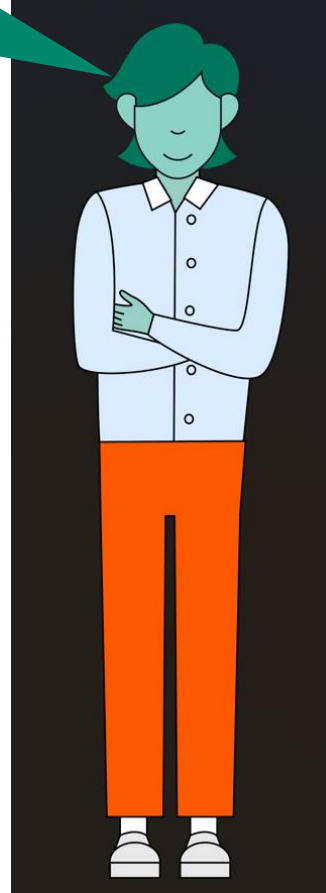


Test

Czy potrafisz jasno wyjaśnić, jak można zgłosić problem w sposób bezpieczny i poufny oraz co dzieje się dalej? Jeśli nie – procedura sygnalizowania nie jest skuteczna, niezależnie od intencji.

5 pytań dotyczących sygnalizowania:

- Czy ludzie dokładnie wiedzą, jak i gdzie zgłaszać swoje wątpliwości?
- Czy każdy może zgłosić swoje wątpliwości bez obawy przed represjami?
- Czy przestrzegana jest poufność (oraz, w miarę możliwości, anonimowość)?
- Czy istnieje jasno określony i obiektywny sposób prowadzenia dochodzeń?
- Czy następuje kontynuacja, zamknięcie sprawy i wyciągnięcie wniosków?



5 zasad dla pracodawcy dotyczących sygnalizowania:

- Ułatw pracownikom ustalenie, z kim mogą porozmawiać i jak zgłaszać swoje wątpliwości: informacje te powinny zostać zawarte w regulaminach, materiałach informacyjnych oraz podczas szkoleń
- Jasno podkreśl, że nikt nie zostanie ukarany za zgłoszenie sprawy w dobrej wierze, nawet jeśli nie zostaną stwierdzone nieprawidłowości
- Traktuj zgłoszenia z rozwagą i dyskrecją oraz angażuj w nie tylko te osoby, których dotyczy problem
- Zapewnij sprawiedliwy i prosty sposób rozpatrywania zgłoszeń, z udziałem osoby neutralnej oraz protokołowaniem podjętych działań
- Zwracaj uwagę na zgłaszane obawy, rozwiąż problemy i wyciągaj z nich wnioski, aby nie powtórzyły się w przyszłości

Być może Twoja firma jest niewielka, nie posiada infolinii i korzysta z prostych kanałów zgłaszania, ale mimo to musisz zadbać o **świadomość, bezpieczeństwo, bezstronność i dokumentację**

Nie bój się mówić!

Program „Nie bój się mówić!” to **bezpieczny i poufny** sposób zgłaszania problemów, bezpośrednio do właściciela, w ramach którego pracownicy mogą zgłaszać sprawy online lub telefonicznie, zachowując **anonimowość**, jeśli sobie tego życzą.



Zapamiętaj!

Jeśli sprawa dotyczy firmy Lab-System-Service, jej produktów, pracowników, klientów lub stron trzecich, możesz ją również zgłosić bezpośrednio do nas za pośrednictwem aplikacji Nie bój się mówić! pod adresem www.s-und-s.pl/firma/niebojsiemowic.php



5

Zamówienia
publiczne



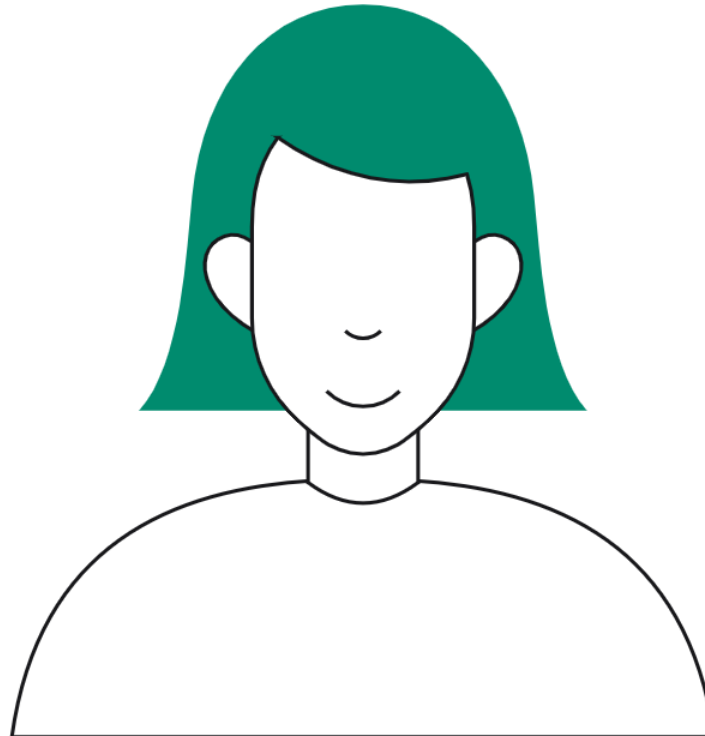
Pomóż nam przygotować przetarg!

Czy takie postępowanie jest zgodne z przepisami dotyczącymi zamówień publicznych?

Instytucja publiczna przygotowuje przetarg na dostawę filtrów:

Przed oficjalnym ogłoszeniem przetargu urzędnik ds. zamówień publicznych:

- Prosi Twoją firmę o specyfikację techniczną
- Proponuje uwzględnienie parametrów charakterystycznych dla produktów oferowanych przez Lab-System-Service
- Twierdzi, że to „przyczyni się do zapewnienia zgodności technicznej”
- Proponuje krótką, prywatną telefoniczną lub mailową
- Twoja firma uważa, że „edukuje klienta” i pomaga mu w wyborze właściwego rozwiązania



Opcje odpowiedzi:

- A.** Nie – grozi to powstaniem stronniczych specyfikacji i nierównej konkurencji
- B.** Tak – klienci mogą zwracać się do dostawców o opinię
- C.** Tak – o ile nie wiąże się to z prezentami ani pieniędzmi

Właściwe postępowanie w zamówieniach publicznych

Co zamawiający powinien zrobić?

- ✓ Podawać wyłącznie obiektywne, standardowe dane techniczne
- ✓ Przekazywać informacje na piśmie, korzystając z oficjalnych kanałów
- ✓ Wyraźnie zaznaczać, że specyfikacje mają charakter przykładowy i nie są ekskluzywne
- ✓ W razie jakichkolwiek wątpliwości niezwłocznie kontaktować się z działem prawnym

Wymagania dotyczące zamówień publicznych:

- równy dostęp dla wszystkich oferentów
- przejrzystość procesu opracowywania specyfikacji
- brak faworyzowania jednego z oferentów

Pomoc w opracowywaniu warunków przetargowych – nawet w najlepszych intencjach – może:

- naruszyć zasady uczciwej konkurencji
- stworzyć wrażenie zmywy
- doprowadzić do unieważnienia przetargu



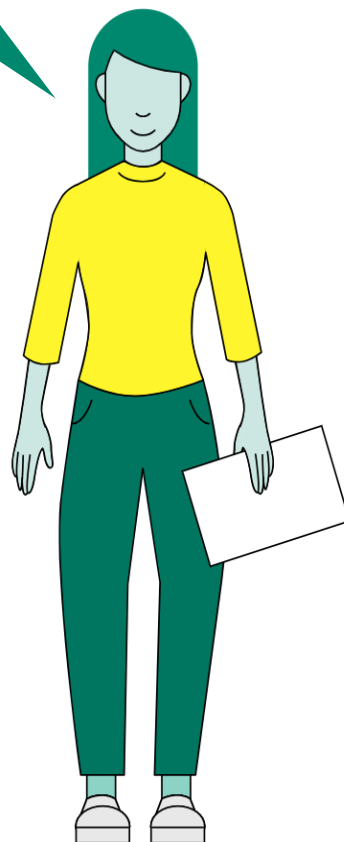
Warunki dotyczące zamówień publicznych

Test

Czy potrafisz jasno wykazać, kto miał uprawnienia do podjęcia danego działania, kto je zatwierdził i gdzie jest to udokumentowane? Jeśli nie, to system kontroli zamówień publicznych jest słaby — nawet jeśli twoje intencje są dobre

Zamówienia publiczne w 5 pytaniach:

- Czy jest to kontrahent państwowy, czy finansowanie dokonywane jest ze środków państwowych?
- Czy może występować konflikt interesów, tj. osobiste powiązania z osobami decyzyjnymi?
- Czy w zamian oferujemy coś wartościowego, np. szkolenia, podróże, doradztwo, upominki lub sponsoring?
- Czy nasza komunikacja ma charakter oficjalny i przejrzysty, czy odbywa się odpowiednimi kanałami i czy nie mielibyśmy nic przeciwko jej upublicznieniu?
- Czy prowadzimy uczciwą i niezależną rywalizację, nie ujawniając poufnych informacji ani nie wywierając wpływu na oferty innych?



5 prostych kroków dla wzmocnienia procedur zamówień publicznych:

- **Sporządź zasady na piśmie:** Wyjaśnij jasno, co jest dozwolone, a co nie, oraz kiedy należy się zastanowić i poprosić o pomoc — jeśli zasady nie zostaną spisane, ludzie będą improwizować
- **Określ jasne procedury zatwierdzania:** Ważne decyzje dotyczące przetargów (ceny, szkolenia, świadczenia, wybór partnerów) powinny zawsze być sprawdzane przez więcej niż jedną osobę, zanim cokolwiek zostanie zatwierdzone.
- **Nie pozwól, żeby jedna osoba zajmowała się wszystkim:** Rozmowa z klientem, opracowywanie oferty i zatwierdzanie wyłączeń nie powinny leżeć w gestii tej samej osoby — dzięki temu decyzje są sprawiedliwe i zasadne.
- **Należy jasno określić granice w kontaktach z klientami instytucjonalnymi:** Ludzie muszą dokładnie wiedzieć, czym mogą się zajmować, a czym nie, oraz kiedy powinni zgłaszać sprawę wyżej, zamiast „po prostu starać się pomóc”.
- **Zadbaj o przejrzystość procesów decyzyjnych:** zawsze powinieś być w stanie wykazać, kto co zrobił, kto zatwierdził i gdzie zostało to udokumentowane — same dobre intencje nie wystarczą.

6

Zasady i szkolenia
dotyczące
przeciwdziałaniu
przekupstwu i
korupcji (ABAC)



Audyt ujawnia luki w szkoleniach i zasadach dotyczących systemu ABAC

Czy taki program ABAC jest odpowiedni i wystarczający?

Audyt stwierdza, że:

- Dystrybutor posiada politykę ABAC, ale ma ona charakter ogólny i jest niekompletna
- Polityka nie reguluje jednoznacznie kwestii:
 - upominków, posiłków i rozrywki, sponsoringu oraz darowizn
 - zasady zwrotu kosztów
 - oświadczeń o konflikcie interesów
 - braku kluczowych definicji lub są one niejasne (np. przekupstwo, łapówki, konflikt interesów)
- Szkolenia ABAC:
 - odbywają się sporadycznie
 - nie są obowiązkowe dla wszystkich osób objętych polityką
 - nie można przedstawić wiarygodnych danych dotyczących frekwencji ani ukończenia szkoleń



Opcje odpowiedzi:

- **A.** Tak – wystarczy posiadać odpowiednią politykę; rejestrowanie obecności jest opcjonalne
- **B.** Tak – pracownicy mają doświadczenie i „wiedzę, co jest właściwe”
- ✓ **C.** Nie – nieskuteczne zasady i brak monitorowania szkoleń osłabiają program ABAC

Konsekwencje niekompletności systemu ABAC

Dlaczego taki model ABAC zawodzi podczas audytów

- Nie można przestrzegać nieczytelnych zasad:
 - jeśli przepisy są niejasne, ludzie różnie je interpretują
 - luki w przepisach prowadzą do niekonsekwentnych zachowań i powtarzających się nieprawidłowości
- Szkolenia bez potwierdzenia uczestnictwa traktuje się jak brak szkoleń
 - Jeśli nie można wykazać obecności, audytorzy zakładają, że:
 - ludzie nie zostali przeszkoleni lub
 - szkolenie było nieskuteczne
- Brak definicji stwarza realne ryzyko. Bez jasnych definicji:
 - przekupstwo może zostać pomyłone z „biznesową uprzejmością”
 - konflikty interesów pozostają nieujawnione
 - nadużycia związane z wydatkami pozostają niezauważone
- Organy regulacyjne i audytorzy oczekują dowodów:
 - sporządzonej na piśmie polityki
 - regularnych szkoleń
 - udokumentowanego udziału w szkolenia

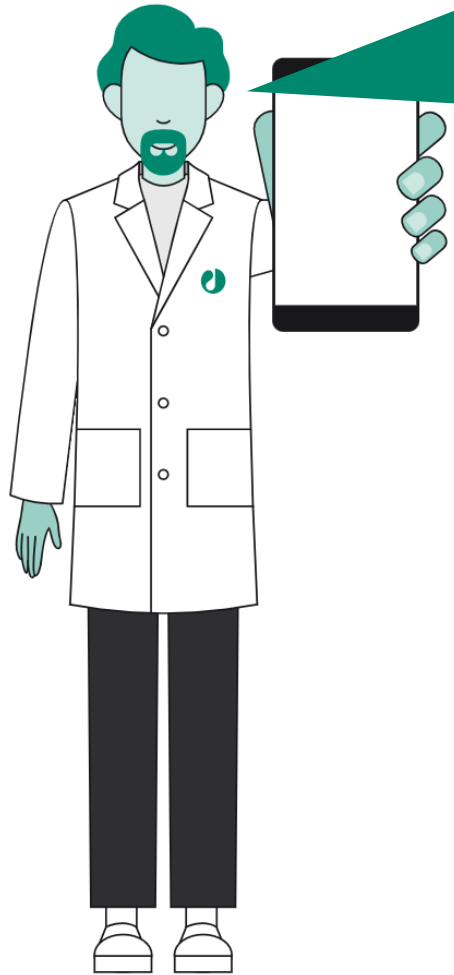


Podsumowując:

Zasady i szkolenia muszą być jasne,
kompletne i możliwe do zweryfikowania
— sam zamiar nie wystarczy



Polityka i wymagania szkoleniowe ABAC



Test

- Czy jesteście w stanie w przekonujący sposób wykazać:
- ✓ jakie są Wasze zasady ABAC
 - ✓ czy pracownicy zostali z nich przeszkoleni
 - ✓ oraz przedstawić dowody ich obecności?

Polityka i wymagania szkoleniowe ABAC

Skuteczny system ABAC musi zawierać:

Jasną, kompleksową politykę ABAC, obejmującą:

- definicję przekupstwa i niedozwolonych płatności
- zasady dotyczące prezentów, posiłków, rozrywki, sponsoringu i darowizn (wyjaśnione w sekcji „Kontakty z klientami”)
- zasady zwrotu kosztów
- definicję konfliktu interesów oraz obowiązki w zakresie ujawniania informacji
- procedury zatwierdzania, progi i wymogi dokumentacyjne

Obowiązkowe szkolenia ABAC:

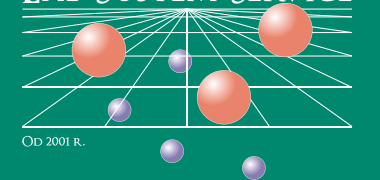
- organizowane regularnie
- dostosowane do odpowiednich stanowisk
- obejmują rzeczywiste scenariusze biznesowe

Rejestry obecności i ukończenia szkoleń:

- kto został przeszkolony
- kiedy
- z jakich tematów

www.s-und-s.pl
ul. Relaksowa 7
70-892 Szczecin
tel. 91 46 223 23, 91 46 217 63
biuro@s-und-s.pl

LAB-SYSTEM-SERVICE



Od 2001 R.