

ΣΧΕΔΙΟ

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΟΤΥΠΟ
HELLENIC STANDARD



Σύστημα διαχείρισης της ποιότητας εμπορικών καταστημάτων – Απαιτήσεις και συστάσεις

Quality management systems in enterprises of retail sector – Requirements and recommendations

ΠΡΟΣΟΧΗ!

Το παρόν έγγραφο δεν είναι πρότυπο ΕΛΟΤ αλλά αποτελεί σχέδιο ελληνικού προτύπου για δημόσια κρίση. Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να υποβάλουν σχόλια μέχρι την 27η Φεβρουαρίου 2015.

Κλάση τιμολόγησης:

Πρόλογος

Το παρόν Σχέδιο Ελληνικού Προτύπου ΕΛΟΤ 1452 «Σύστημα διαχείρισης της ποιότητας εμπορικών καταστημάτων – Απαιτήσεις και συστάσεις» εγκρίθηκε στις 18 Δεκεμβρίου 2014, για υποβολή σε δημόσια κρίση, από την Τεχνική Επιτροπή Τυποποίησης ΕΛΟΤ/ΤΕ «Εμπορικά καταστήματα».

Η ανάπτυξη του παρόντος προτύπου υλοποιείται στο πλαίσιο της Πράξης "Δημιουργία Προτύπου Ποιότητας σε Εμπορικά καταστήματα" με κωδικό MIS 383557, που χρηματοδοτείται από το ΕΣΠΑ.

© ΕΛΟΤ 2014

Όλα τα δικαιώματα έχουν κατοχυρωθεί. Εκτός αν καθορίζεται διαφορετικά, κανένα μέρος αυτού του Προτύπου δεν επιτρέπεται να αναπαραχθεί ή χρησιμοποιηθεί σε οποιαδήποτε μορφή ή με οποιοδήποτε τρόπο, ηλεκτρονικό ή μηχανικό, περιλαμβανομένων φωτοαντιγράφισης και μικροφίλμ, δίχως γραπτή άδεια από τον εκδότη.

ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗΣ
Λ.Κηφισού 50, 121 33 Αθήνα

Περιεχόμενα

Εισαγωγή.....	5
1 Αντικείμενο	7
2 Τυποποιητικές παραπομπές.....	7
3 Όροι και ορισμοί εννοιών	7
4 Αρχές λειτουργίας και δραστηριότητες	10
4.1 Αρχές.....	10
4.2 Κύριες δραστηριότητες	11
5 Επιχειρηματικό περιβάλλον και Διοίκηση	13
5.1 Κατανόηση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και των αναγκών καταναλωτών	13
5.2 Δέσμευση.....	13
6 Εξυπηρέτηση πελατών	13
6.1 Παρουσίαση του προϊόντος/υπηρεσιών.....	13
6.2 Δραστηριότητες διεκπεραίωσης της συναλλαγής.....	13
6.3 Δραστηριότητες διαχείρισης αποθεμάτων και παράδοσης.....	13
6.4 Υποστήριξη μετά την πώληση	14
6.5 Πρακτικές	14
7 Διαχείριση προμηθειών και προμηθευτές	14
7.1 Απαιτήσεις.....	14
7.2 Πρακτικές	14
8 Διαχείριση των πόρων.....	15
8.1 Ανθρώπινο δυναμικό	15
8.1.1 Απαιτήσεις, γενικά.....	15
8.1.2 Επαγγελματική επάρκεια και συμπεριφορά.....	15
8.1.3 Πρακτικές	15
8.2 Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών	16
8.2.1 Απαιτήσεις, γενικά.....	16
8.2.2 Πρακτικές	16

8.3	Υποδομές, εξοπλισμός και μέσα.....	16
8.3.1	Απαιτήσεις, γενικά.....	16
8.3.2	Πρακτικές.....	16
9	Αναπληροφόρηση από καταναλωτές και διαχείριση παραπόνων	17
9.1	Απαιτήσεις.....	17
9.2	Πρακτικές.....	17
10	Ενημέρωση για νομοθεσία	18
10.1	Απαιτήσεις, γενικά.....	18
10.2	Πρακτικές.....	18
11	Αναφορά αποτελεσμάτων	19
11.1	Απαιτήσεις.....	19
11.2	Πρακτικές.....	19
Παράρτημα Α.....		21
Σχετική νομοθεσία, πρότυπα, βιβλιογραφία και ιστότοποι.....		21
Γλωσσάρι		25

Εισαγωγή

Η ανάπτυξη προτύπου για τη διαχείριση της ποιότητας των εμπορικών καταστημάτων στο λιανικό εμπόριο αποσκοπεί στην αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και τη δημιουργία εμπιστοσύνης στους καταναλωτές σχετικά με το σεβασμό και την προστασία των δικαιωμάτων τους, παράλληλα με την ανταπόκριση στις προκλήσεις της βιώσιμης ανάπτυξης, το σεβασμό και την προστασία του περιβάλλοντος. Οι επιχειρήσεις επιδιώκουν τη βιωσιμότητα και την ανταγωνιστικότητά τους επιλέγοντας την κοινωνικώς υπεύθυνη στάση και συμπεριφορά δημιουργώντας ισχυρούς δεσμούς εμπιστοσύνης με καταναλωτές και λοιπά ενδιαφερόμενα μέρη για την αξιοποίηση των σημερινών και μελλοντικών ευκαιριών.

Μέσω της προσέγγισης της ποιότητας και της αξιοποίησης των διακριτικών χαρακτηριστικών και πλεονεκτημάτων επιδιώκεται η επιχειρηματική διαχρονική επιτυχία. Η αξιοποίηση των διακριτικών χαρακτηριστικών και πλεονεκτημάτων επιτυγχάνεται με την ενίσχυση της συμμετοχής στην τοπική αλυσίδα προσθήκης αξίας και με την εφαρμογή νέων μεθόδων και καινοτομιών στις δραστηριότητες, προϊόντα και υπηρεσίες της επιχείρησης. Για την ενίσχυση των δεσμών με καταναλωτές και άλλα ενδιαφερόμενα μέρη και τη δημιουργία εμπιστοσύνης, οι επιχειρήσεις δεσμεύονται στη διαφάνεια και δημοσιοποιούν τις σχετικές επιδόσεις τους και αποτελέσματα.

Στο παρόν πρότυπο για τα εμπορικά καταστήματα, η προσέγγιση της ποιότητας τηρώντας κοινωνικώς υπεύθυνη στάση καθορίζεται στα παρακάτω Κεφάλαια:

- Κεφ. 5 Επιχειρηματικό περιβάλλον και Διοίκηση
- Κεφ. 6 Εξυπηρέτηση πελατών
- Κεφ. 7 Διαχείριση προμηθειών και προμηθευτές
- Κεφ. 8 Αναπληροφόρηση από καταναλωτές και διαχείριση παραπόνων
- Κεφ. 9 Διαχείριση των πόρων
- Κεφ. 10 Ενημέρωση για νομοθεσία
- Κεφ. 11 Αναφορά αποτελεσμάτων.

Η δημιουργία του παρόντος ελληνικού προτύπου για τα εμπορικά καταστήματα προέκυψε κατόπιν αιτήματος της Δημόσιας Διοίκησης και του ενδιαφέροντος από τον εμπορικό κόσμο. Εξυπηρετεί τις σύγχρονες ανάγκες για ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με την τήρηση κοινών αρχών, το σεβασμό των δικαιωμάτων τους και την ικανοποίηση των αναγκών και απαιτήσεων τους.

Εντάσσεται στην ευρύτερη σειρά των προτύπων για τα συστήματα διαχείρισης της ποιότητας όπως το πρότυπο ΕΛΟΤ EN ISO 9001:2008 και λαμβάνει υπόψη τις αρχές και πρακτικές για την κοινωνική ευθύνη όπως παρουσιάζονται στο πρότυπο ΕΛΟΤ ISO 26000:2014.

Στο παρόν πρότυπο, η ρηματική έκφραση «πρέπει να» δηλώνει απαίτηση για κάθε εμπορικό κατάστημα, ανεξαρτήτως μεγέθους ή είδους. Η ρηματική έκφραση «συνιστάται να» ή «μπορεί να» δηλώνει σύσταση και προαιρετική εφαρμογή. Η ρηματική έκφραση «όταν εφαρμόζεται» δηλώνει εφαρμογή κατά περίπτωση.

Οι πρακτικές που περιλαμβάνονται στο παρόν πρότυπο είναι συστάσεις για τη διευκόλυνση της εφαρμογής των απαιτήσεων. Ωστόσο η επιχείρηση πρέπει να παρέχει αποδεικτικά στοιχεία ότι ικανοποιεί τις ελάχιστες απαιτήσεις και τουλάχιστον μία προαιρετική απαίτηση ανά Κεφάλαιο π.χ. εφαρμόζοντας μία από τις προτεινόμενες πρακτικές του παρόντος.

Περισσότερη καθοδήγηση για τους τρόπους απόδειξης της ικανοποίησης των απαιτήσεων δίδονται στην Τεχνική Προδιαγραφή ΕΛΟΤ 1453 «Οδηγός εφαρμογής για τη διαχείριση της ποιότητας των εμπορικών καταστημάτων» που εκδίδεται παράλληλα με το παρόν πρότυπο.

Η έκδοση του ελληνικού προτύπου ΕΛΟΤ 1452, «Διαχείριση της ποιότητας εμπορικών καταστημάτων – Απαιτήσεις και συστάσεις» επιτρέπει την καθιέρωση ελληνικού σήματος ποιότητας για τα εμπορικά καταστήματα και τη δημιουργία σχετικού Μητρώου επιχειρήσεων.

Από την εφαρμογή του παρόντος προτύπου, την καθιέρωση και χρήση του σήματος ποιότητας από τα εμπορικά καταστήματα, αναμένονται τα ακόλουθα αποτελέσματα και οφέλη:

- α) αναβάθμιση της ποιότητας στη λειτουργία και παροχή υπηρεσιών στο λιανικό εμπόριο,
- β) βελτίωση της σχέσης αξίας/ τιμής για τους καταναλωτές και δημιουργία συγκριτικού πλεονεκτήματος για τις επιχειρήσεις,
- γ) βελτίωση της εικόνας των καταστημάτων και ενίσχυση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών, των Αρχών και των λοιπών ενδιαφερομένων μερών,
- δ) προσέλκυση καταναλωτικού κοινού με περιβαλλοντική και οικολογική συνείδηση και θετική επίδραση και ευαισθητοποίηση των καταναλωτών στις περιβαλλοντικές υποχρεώσεις,
- ε) αύξηση πωλήσεων με τη σταθεροποίηση των σχέσεων με καταναλωτές και προσέλκυση νέων,
- στ) δημιουργία δικτύου κοινωνικώς υπεύθυνων εμπορικών καταστημάτων, συνεργασιών και συνεργειών εντός και εκτός δικτύου για τη διαχείριση γνώσης και καινοτομιών και
- ζ) υποστήριξη της βιωσιμότητας των επιχειρήσεων και ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς τους.

Σύστημα διαχείρισης της ποιότητας εμπορικών καταστημάτων – Απαιτήσεις και συστάσεις

1 Αντικείμενο

Το παρόν πρότυπο καθορίζει τις απαιτήσεις για τη διαχείριση της ποιότητας τηρώντας κοινωνικώς υπεύθυνη στάση, στα εμπορικά καταστήματα.

Το παρόν πρότυπο μπορεί να χρησιμοποιείται από τα εμπορικά καταστήματα που επιδιώκουν:

- α) την επιχειρηματική διαχρονική επιτυχία μέσα από την αναβάθμιση της ποιότητας,
- β) τη δημοσιοποίηση αντικειμενικών δεδομένων προς καταναλωτές και ενδιαφερομένους που καταδεικνύουν τις ενέργειες αναβάθμισης της ποιότητας και τις επιδόσεις τους σχετικά με την τήρηση των αρχών και απαιτήσεων του παρόντος προτύπου και
- γ) την πιστοποίηση, τη χρήση του ελληνικού σήματος ποιότητας και την εγγραφή τους σε σχετικό Μητρώο.

Το παρόν έχει εφαρμογή στα εμπορικά καταστήματα λιανικής και δεν περιλαμβάνει τα καταστήματα χονδρικής.

Στα εμπορικά καταστήματα λιανικής δεν περιλαμβάνονται τα καταστήματα του κλάδου αυτοκινήτων και μοτοσυκλετών και τα καταστήματα πώλησης τροφίμων και ποτών για κατανάλωση επιτόπου ή εκτός, όπως καταστήματα εστίασης, καφενεία και καφετερίες. Εξαιρούνται τα κρεοπωλεία και ιχθυοπωλεία.

Το παρόν δεν εφαρμόζεται στο υπαίθριο εμπόριο.

Στο παρόν πρότυπο, το «εμπορικό κατάστημα» μπορεί να αναφέρεται ως «κατάστημα» ή «επιχείρηση».

2 Τυποποιητικές παραπομπές

Τα παρακάτω τυποποιητικά έγγραφα είναι απαραίτητα για την εφαρμογή του παρόντος εγγράφου. Για τις χρονολογημένες παραπομπές εφαρμόζεται μόνο η έκδοση που αναφέρεται. Για τις μη χρονολογημένες παραπομπές (συμπεριλαμβανομένων των τροποποιήσεων), εφαρμόζεται η πρόσφατη ισχύουσα έκδοση.

ΕΛΟΤ EN ISO 9000:2005, Συστήματα διαχείρισης της ποιότητας – Θεμελιώδεις αρχές και λεξιλόγιο

ΕΛΟΤ EN ISO 9001:2008, Συστήματα διαχείρισης της ποιότητας – Απαιτήσεις

ΕΛΟΤ ISO 26000:2014, Οδηγός για την κοινωνική ευθύνη των οργανισμών

3 Όροι και ορισμοί εννοιών

3.1 εμπορικό κατάστημα λιανικής

εμπορικό κατάστημα

επιχείρηση στην αλυσίδα αξίας που οι αποδέκτες των προϊόντων και υπηρεσιών της είναι οι καταναλωτές

ΣΗΜΕΙΩΣΗ Περιλαμβάνονται οι δραστηριότητες 521-526 της κατάταξης οικονομικών δραστηριοτήτων ΣΤΑΚΟΔ ή με βάση το Σύστημα Ταξινόμησης Οικονομικών Δραστηριοτήτων NACE, οι δραστηριότητες 47.1 και 47.4 έως και 47.7.

3.2 επιχείρηση

πρόσωπο ή ένωση προσώπων με συγκεκριμένη κατανομή ρόλων, ευθυνών, αρμοδιοτήτων και σχέσεων μεταξύ αυτών με σκοπό τη συμμετοχή στην αλυσίδα αξίας και την καθιέρωση και επίτευξη στόχων

3.3 αλυσίδα αξίας

η πλήρης, έως τον καταναλωτή, ακολουθία των δραστηριοτήτων ή των συντελεστών που παρέχουν ή λαμβάνουν αξία με τη μορφή προϊόντων ή υπηρεσιών

ΣΗΜΕΙΩΣΗ 1 Η αλυσίδα αξίας περιλαμβάνει τις δραστηριότητες από την πρωτογενή παραγωγή ή αξιοποίηση φυσικών πόρων και καταλήγει στη διάθεση ή πώληση προϊόντων ή υπηρεσιών στον καταναλωτή.

ΣΗΜΕΙΩΣΗ 2 Η αλυσίδα αξίας μπορεί να αναφέρεται ως «αλυσίδα προσθήκης αξίας» ή «αλυσίδα παραγωγής».

3.4 καταναλωτής

φυσικό πρόσωπο από το ευρύ κοινό που λαμβάνει ή χρησιμοποιεί το προϊόν ή την υπηρεσία για προσωπική ή ιδιωτική χρήση

ΣΗΜΕΙΩΣΗ Στους καταναλωτές συμπεριλαμβάνονται οι επισκέπτες/τουρίστες και τα άτομα με αναπηρία (ΑμεΑ) ή μειωμένη κινητικότητα, τα παιδιά και οι ηλικιωμένοι.

3.5 ικανοποίηση του καταναλωτή

αντίληψη από την πλευρά του καταναλωτή του βαθμού στον οποίο οι ανάγκες και προσδοκίες του έχουν ικανοποιηθεί

3.6 προστιθέμενη αξία

αξία που αποκτά ένα προϊόν ή μια υπηρεσία μετά από κάθε φάση επεξεργασίας στην αλυσίδα αξίας, μέχρι την παρεχόμενη τελική μορφή στον καταναλωτή

3.7 κοινωνικώς υπεύθυνη στάση ή συμπεριφορά

στάση ή συμπεριφορά επιχείρησης σύμφωνη με τις αρχές της κοινωνικής ευθύνης

ΣΗΜΕΙΩΣΗ 1 Οι αρχές της κοινωνικής ευθύνης περιγράφονται στο Διεθνές Πρότυπο ΕΛΟΤ ISO 26000:2010 «Οδηγός για την κοινωνική ευθύνη των οργανισμών».

ΣΗΜΕΙΩΣΗ 2 Το εμπορικό κατάστημα που διατηρεί κοινωνικώς υπεύθυνη στάση ή συμπεριφορά αναφέρεται ως «κοινωνικώς υπεύθυνο εμπορικό κατάστημα» ή «κοινωνικώς υπεύθυνη επιχείρηση»

3.8 κοινωνική ευθύνη

ευθύνη της επιχείρησης για τις επιπτώσεις των αποφάσεων και των δραστηριοτήτων της στην κοινωνία και το περιβάλλον

3.9 βιώσιμη ανάπτυξη

ανάπτυξη που καλύπτει τις ανάγκες του παρόντος χωρίς να διακυβεύεται η ικανότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες

ΣΗΜΕΙΩΣΗ 1 Η βιώσιμη ανάπτυξη αφορά ένταξη των στόχων υψηλού επιπέδου, της ποιότητας ζωής, της υγείας και ευημερίας με κοινωνική δικαιοσύνη και διατήρηση της ικανότητας της γης να ευνοεί τη ζωή σε όλη της την ποικιλομορφία. Οι κοινωνικοί, οικονομικοί και περιβαλλοντικοί στόχοι είναι αλληλένδετοι και αλληλοϋποστηριζόμενοι. Η βιώσιμη ανάπτυξη μπορεί να θεωρηθεί ως ένας τρόπος έκφρασης των ευρύτερων προσδοκιών της κοινωνίας στο σύνολό της συμπεριλαμβανομένων των αναγκών και προσδοκιών των μελλοντικών γενεών.

ΣΗΜΕΙΩΣΗ 2 Η βιώσιμη ανάπτυξη αναφέρεται και ως «αιφόρος ανάπτυξη» και η «βιωσιμότητα» ως «αιφορία».

3.10 ποιότητα

βαθμός στον οποίο ένα σύνολο εγγενών χαρακτηριστικών ικανοποιεί τις απαιτήσεις

ΣΗΜΕΙΩΣΗ 1 «Εγγενές χαρακτηριστικό» σημαίνει ότι υπάρχει εκ φύσεως ως μόνιμο χαρακτηριστικό, σε αντίθεση με το «αποδιδόμενο χαρακτηριστικό» π.χ. η τιμή ενός προϊόντος.

ΣΗΜΕΙΩΣΗ 2 Τα χαρακτηριστικά αναφέρονται σε δραστηριότητες (π.χ. σχεδιασμός, υλοποίηση ή διαχείριση) αποτελέσματα (π.χ. προϊόντα ή υπηρεσίες) και πόρους υλοποίησης των δραστηριοτήτων (βλ. 3.17).

3.11 απαίτηση

ανάγκη ή προσδοκία η οποία είτε διατυπώνεται ρητά, είτε είναι υποχρεωτικής εφαρμογής είτε είναι συναγόμενη

ΣΗΜΕΙΩΣΗ 1 Οι ανάγκες και απαιτήσεις μπορεί να υπονοούνται χωρίς να διατυπώνονται, πολλές φορές. Μια κρίσιμη δραστηριότητα της επιχείρησης είναι να εντοπίζει σημερινές και αυριανές ανάγκες υφιστάμενων ή δυνητικών πελατών της.

ΣΗΜΕΙΩΣΗ 2 Οι απαιτήσεις μπορεί να είναι α) απαιτήσεις για το προϊόν ή την υπηρεσία, β) απαιτήσεις για τη δραστηριότητα π.χ. για την υλοποίηση του προϊόντος ή υπηρεσίας ή τη διαχείριση της ποιότητας, γ) απαιτήσεις για τους πόρους, δ) απαιτήσεις της νομοθεσίας ή κανονιστικές απαιτήσεις, ε) απαιτήσεις σύμβασης με πελάτη και στ) απαιτήσεις που προκύπτουν από στ1) πολιτικές και στόχους της επιχείρησης ή στ2) ορθή πρακτική ή πρότυπο.

ΣΗΜΕΙΩΣΗ 3 Η απαίτηση που διατυπώνεται ρητά π.χ. σε ένα έγγραφο, λέγεται προδιαγεγραμμένη απαίτηση.

ΣΗΜΕΙΩΣΗ 4 Οι απαιτήσεις είναι δυνατόν να διατυπώνονται από καταναλωτές, Αρχές- τοπικές ή εθνικές και λοιπά ενδιαφερόμενα μέρη.

3.12 αποδεικτικά στοιχεία

επαληθεύσιμα δεδομένα που υποστηρίζουν ή επιβεβαιώνουν την ύπαρξη ή την αλήθεια για κάτι

ΣΗΜΕΙΩΣΗ 1 Τα «αποδεικτικά στοιχεία» είναι δυνατόν να ληφθούν μέσω παρατήρησης, μέτρησης, δοκιμής ή άλλων μέσων και μπορεί να είναι αρχεία που δηλώνουν αναμφισβήτητα την εκτέλεση δραστηριοτήτων ή/και αποτελέσματα και επιδόσεις π.χ. σε σχέση με στόχους.

ΣΗΜΕΙΩΣΗ 2 Τα «αποδεικτικά στοιχεία» αναφέρονται και ως «τεκμήρια» ή «αντικειμενικές αποδείξεις»..

3.13 επιδόσεις

μετρήσιμο, ποσοτικά ή ποιοτικά, αποτέλεσμα

3.14 σύστημα διαχείρισης της ποιότητας

συντεταγμένες δραστηριότητες για τη διεύθυνση, την καθιέρωση και επίτευξη στόχων και τον έλεγχο της επιχείρησης όσον αφορά την ποιότητα

3.15 επιχειρηματίας

άτομο ή ομάδα ανθρώπων που διευθύνει και ελέγχει την επιχείρηση

ΣΗΜΕΙΩΣΗ Ο επιχειρηματίας αποτελεί την ανώτατη βαθμίδα διεύθυνσης και ελέγχου της επιχείρησης. Στην αγγλική αναφέρεται ως «Top management» και στην ελληνική, πολλές φορές ως «ανώτατη Διοίκηση» ή «Διοίκηση».

3.16 καινοτομία

εφαρμογή ενός νέου ή σημαντικά βελτιωμένου προϊόντος, υπηρεσίας, δραστηριότητας ή νέων μεθόδων υλοποίησης των δραστηριοτήτων της επιχείρησης

3.17 πόροι

οντότητα που απαιτείται ή χρησιμοποιείται για την υλοποίηση μιας δραστηριότητας

ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Οι πόροι διακρίνονται σε α) ανθρώπινο δυναμικό β) υποδομές, εγκαταστάσεις, κτίρια και γενικώς το περιβάλλον εργασίας γ) πρώτες ύλες, βοηθητικές ύλες και λοιπά υλικά, δ) εξοπλισμοί, μηχανήματα, εξαρτήματα, δίκτυα υποστήριξης, αναλώσιμα και άλλα μέσα για λειτουργία και συντήρηση, ε) γνωσιακούς πόρους στ) χρηματοοικονομικούς πόρους (διαθέσιμα κεφάλαια και χρηματοδότηση).

3.18 Ιστοσελίδα

στοιχείο του παγκόσμιου ιστού που περιέχει έγγραφα στα οποία περιλαμβάνονται πληροφορίες οι οποίες παρέχονται με ευθύνη της επιχείρησης

ΣΗΜΕΙΩΣΗ 1 Τα έγγραφα μπορούν να είναι διαφορετικών μορφών, όπως κείμενο, βίντεο ή ηχητικό μήνυμα.

ΣΗΜΕΙΩΣΗ 2 Ο ιστότοπος ή ο διαδικτυακός τόπος περιλαμβάνει περισσότερες ιστοσελίδες.

3.19 Μητρώο

αρχείο που περιλαμβάνει τις επιχειρήσεις που έχουν δικαίωμα χρήσης του σήματος ποιότητας εμπορικών καταστημάτων και τα σχετικά δηλωτέα δεδομένα ή πληροφορίες για την ενημέρωση των καταναλωτών και λοιπών ενδιαφερομένων

3.20 Αρχές

κυβερνητικός ή άλλος οργανισμός στην κοινότητα εφαρμογής με ρυθμιστική ή ελεγκτική λειτουργία

ΣΗΜΕΙΩΣΗ Οι Αρχές αναφέρονται συχνά ως «ρυθμιστικές και ελεγκτικές αρχές».

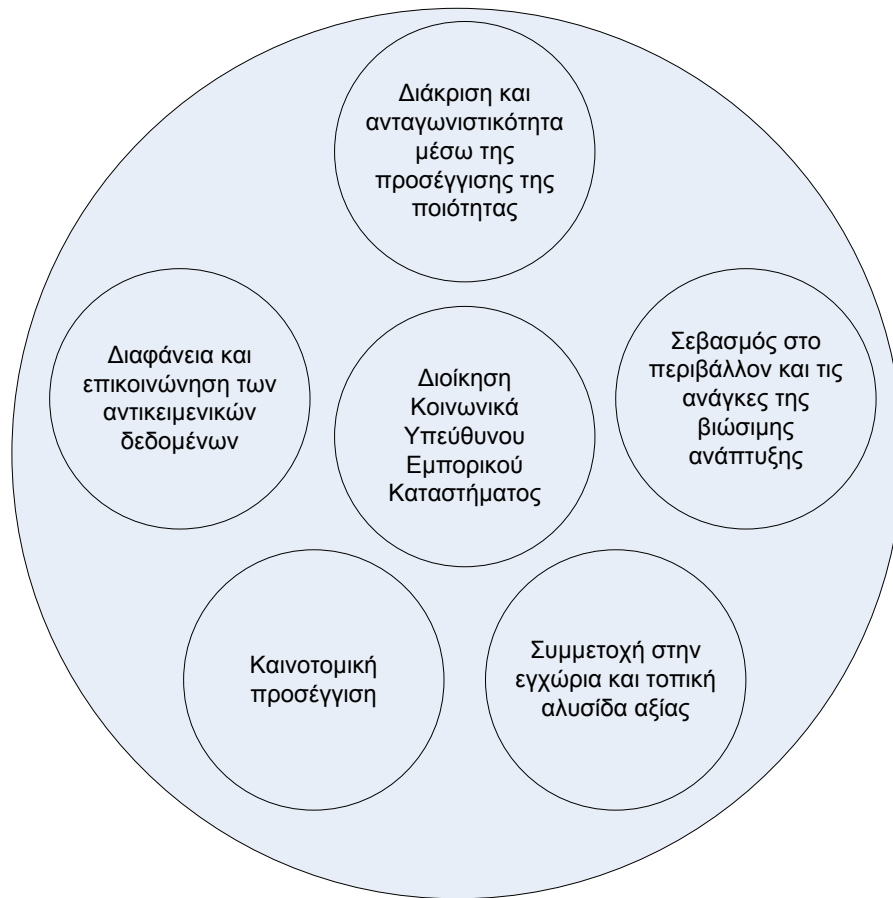
4 Αρχές λειτουργίας και δραστηριότητες

4.1 Αρχές

Οι αρχές για τη διαχείριση της ποιότητας με κοινωνικώς υπεύθυνη στάση για τη βιωσιμότητα και διαχρονική επιτυχία και διάκριση των εμπορικών καταστημάτων περιλαμβάνουν:

- α) **Επιδίωξη της διάκρισης και ανταγωνιστικότητας μέσω της προσέγγισης της ποιότητας**, με έμφαση στην ποιότητα εξυπηρέτησης και του σεβασμού των δικαιωμάτων των καταναλωτών, περιλαμβανομένων των ΑμεΑ και των ηλικιωμένων.
- β) **Σεβασμός στο περιβάλλον και τις ανάγκες της βιώσιμης ανάπτυξης**. Αφορά κυρίως τη μείωση των αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων και ειδικότερα, τη μείωση της ρύπανσης, των αρνητικών επιδράσεων στο κλίμα, την εξοικονόμηση ενέργειας, νερού και σπάνιων φυσικών πόρων, προώθηση οικολογικών προϊόντων, πράσινες προμήθειες και ανακύκλωση.
- γ) **Συμμετοχή στην εγχώρια και τοπική αλυσίδα αξίας**. Προστιθέμενη αξία της επιχείρησης στην αλυσίδα παραγωγής με επιλογή τοπικών προμηθευτών και τα οφέλη στην τοπική οικονομία και κοινωνία.
- δ) **Καινοτομική προσέγγιση**. Νέες μέθοδοι και πρακτικές, νέοι τρόποι διασφάλισης της διαχρονικής διαφοροποίησης των υπηρεσιών τους ανά προορισμό (πόλη, περιοχή, περιφέρεια) και ανά επιχείρηση. Αξιοποιείται η ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά και τα πολιτισμικά τοπικά στοιχεία.
- ε) **Διαφάνεια και επικοινωνία των αντικειμενικών δεδομένων** που αποδεικνύουν τις ενέργειες αναβάθμισης της ποιότητας, την κοινωνικώς υπεύθυνη στάση/συμπεριφορά και τις σχετικές επιδόσεις στα θέματα κοινωνικής ευθύνης.

Οι αρχές λειτουργίας των εμπορικών καταστημάτων που περιλαμβάνονται στο παρόν Κεφάλαιο αποτελούν τη βάση για τον καθορισμό των απαιτήσεων. Οι αρχές δεν αποτελούν απαιτήσεις. Ωστόσο, επειδή δεν καταγράφονται ειδικές απαιτήσεις για όλα τα είδη και μεγέθη οργανισμών και τις πιθανές περιπτώσεις ενεργειών, οι αρχές μπορεί να χρησιμοποιούνται ως καθοδήγηση για τη επιλογή σχετικών πρακτικών τήρησης των αρχών.

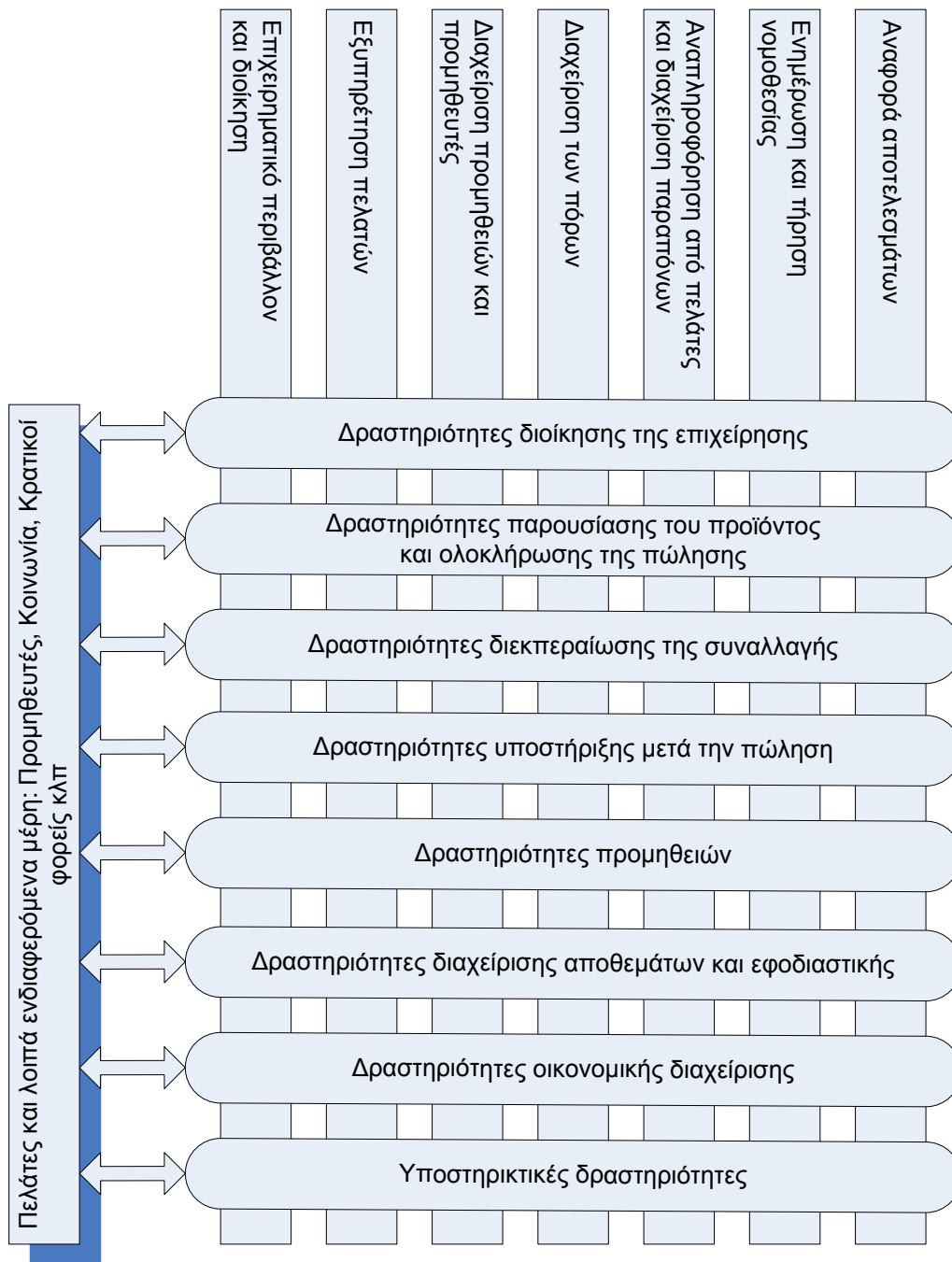


Σχήμα 1 - Αρχές λειτουργίας

4.2 Κύριες δραστηριότητες

Το εμπορικό κατάστημα που επιδιώκει την τήρηση των ως άνω πέντε (5) αρχών πρέπει να ικανοποιεί τις απαιτήσεις του παρόντος προτύπου για τις ακόλουθες κύριες δραστηριότητες:

1. Δραστηριότητες διοίκησης της επιχείρησης
2. Δραστηριότητες παρουσίασης του προϊόντος και ολοκλήρωσης της πώλησης
3. Δραστηριότητες διεκπεραίωσης της συναλλαγής
4. Δραστηριότητες υποστήριξης μετά την πώληση
5. Δραστηριότητες προμηθειών
6. Δραστηριότητες διαχείρισης αποθεμάτων και εφοδιαστικής
7. Δραστηριότητες οικονομικής διαχείρισης
8. Υποστηρικτικές δραστηριότητες



Σχήμα 2 – Κύριες δραστηριότητες και κεφάλαια προτύπου

Οι ως άνω κύριες δραστηριότητες αναλύονται στα Κεφάλαια 5 έως 11 του παρόντος προτύπου.

5 Επιχειρηματικό περιβάλλον και Διοίκηση

5.1 Κατανόηση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και των αναγκών καταναλωτών

Ο επιχειρηματίας πρέπει να κατανοεί και να εκτιμά τις ανάγκες των καταναλωτών στην τοπική αγορά αλλά και τους βασικούς εξωτερικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη λειτουργία, τη βιωσιμότητα και τη διαχρονική επιτυχία του καταστήματος.

Ειδικότερα, ο επιχειρηματίας πρέπει να κατανοεί το επιχειρηματικό περιβάλλον, την τοπική αγορά και τον ανταγωνισμό, το θεσμικό και κανονιστικό πλαίσιο, το οικονομικό πλαίσιο, τις τεχνολογικές εξελίξεις και το πολιτιστικό πλαίσιο.

5.2 Δέσμευση

Ο επιχειρηματίας πρέπει να δεσμεύεται για την τήρηση των αρχών και των απαιτήσεων του παρόντος προτύπου και ειδικότερα για την καθιέρωση στόχων και σχεδίων βελτίωσης για την ποιότητα με κοινωνικώς υπεύθυνη στάση και την επικοινωνία των σχετικών αποτελεσμάτων και επιδόσεων της επιχείρησης.

Η δέσμευση μπορεί να αποδεικνύεται με το σχεδιασμό, την εξασφάλιση των σχετικών πόρων και την υλοποίηση ενεργειών αναβάθμισης της ποιότητας ή ενεργειών αναβάθμισης που αφορούν θέματα περιβαλλοντικά ή αιεφορίας ή την προσβασιμότητα ΑμεΑ, ή την καινοτομία ή την προστιθέμενη αξία στην εγχώρια και τοπική αλυσίδα αξίας και τοπική ανάπτυξη και ευημερία.

Σχετικά με την εξασφάλιση των προϋποθέσεων και πόρων για το σχεδιασμό και την υλοποίηση του σχεδιασμού και την επίτευξη των στόχων, ο επιχειρηματίας πρέπει να μεριμνά ειδικότερα για την πρόσληψη κατάλληλου προσωπικού, την κατάρτιση, παρακίνηση και καθιέρωση σχετικών αξιών εντός της επιχείρησης, σύμφωνα με τις αρχές του παρόντος προτύπου.

6 Εξυπηρέτηση πελατών

6.1 Παρουσίαση του προϊόντος/υπηρεσιών

Το εμπορικό κατάστημα πρέπει να επικοινωνεί, να προβάλλει και να παρουσιάζει τα χαρακτηριστικά των προϊόντων και υπηρεσιών του με θεμιτούς τρόπους διαφήμισης και παρουσίασης και, όταν εφαρμόζεται, με μέσα τα οποία είναι προσβάσιμα σε όλους περιλαμβανομένων των ΑμεΑ και των ηλικιωμένων.

Το εμπορικό κατάστημα πρέπει να επικοινωνεί τα χαρακτηριστικά ποιότητας των προϊόντων και υπηρεσιών του, τα χαρακτηριστικά που σχετίζονται με τη φιλικότητα στο περιβάλλον ή την προστιθέμενη αξία και τη συμμετοχή στην εγχώρια τοπική αλυσίδα αξίας.

Συνιστάται, η επιχείρηση να παρέχει δυνατότητα πρόσβασης στα άτομα με αναπηρία στα προϊόντα και στις υπηρεσίες της και να έχει καταρτισμένο προσωπικό που να μπορεί να συναλλάσσεται με ΑμεΑ.

Το εμπορικό κατάστημα πρέπει να έχει καταρτισμένο προσωπικό το οποίο να μπορεί να επικοινωνήσει στους καταναλωτές τα λειτουργικά και άλλα χαρακτηριστικά του προϊόντος, να απαντήσει σε σχετικά ερωτήματα στην ελληνική και κατά περίπτωση στην αγγλική ή άλλη γλώσσα.

6.2 Δραστηριότητες διεκπεραίωσης της συναλλαγής

Το εμπορικό κατάστημα πρέπει να δέχεται τους ενδεδιγμένους σύγχρονους τρόπους πληρωμής, να διασφαλίζει την ασφάλεια των στοιχείων τα οποία παρέχει πελάτης κατά τη συναλλαγή και να εκδίδει τα απαραίτητα παραστατικά.

Το εμπορικό κατάστημα πρέπει να διασφαλίζει την έγκαιρη αποστολή και παράδοση του προϊόντος και να μεριμνά ώστε το προϊόν να μην υφίσταται υποβάθμιση της ποιότητας κατά την μεταφορά.

6.3 Δραστηριότητες διαχείρισης αποθεμάτων και παράδοσης

Το εμπορικό κατάστημα πρέπει να πληροφορεί τον πελάτη για τη διαθεσιμότητα του προϊόντος.

Συνιστάται να πληροφορεί τον καταναλωτή-πελάτη σχετικά με την πρόοδο παράδοσης της παραγγελίας του.

6.4 Υποστήριξη μετά την πώληση

Το εμπορικό κατάστημα πρέπει να διευκρινίζει τους όρους εγγύησης του προϊόντος και ενδεχόμενες χρεώσεις.

Το εμπορικό κατάστημα πρέπει να παρέχει πληροφορίες για την προληπτική συντήρηση, τους όρους επισκευής, αντικατάστασης ή επιστροφής του προϊόντος και τις ενδεχόμενες χρεώσεις.

6.5 Πρακτικές

Οι καθιερωμένες πρακτικές εξυπηρέτησης πελατών μπορεί να περιλαμβάνουν:

- α) τη δημιουργία έντυπου υλικού ή ιστοσελίδων σε μορφές προσβάσιμες σε όλες τις κατηγορίες καταναλωτών, που αναδεικνύουν τα λειτουργικά και άλλα χαρακτηριστικά των προϊόντων και υπηρεσιών του εμπορικού καταστήματος, την παρουσίαση των όρων εγγύησης, εκπαίδευσης, επισκευής, αντικατάστασης ή επιστροφής,
- β) τη γνώση του προσωπικού του καταστήματος των σημάνσεων των προϊόντων, ιδιαίτερα των σημάνσεων CE, των σημάνσεων προέλευσης και των οικολογικών σημάνσεων και δεξιότητες παρουσίασης των σχετικών πληροφοριών στον πελάτη,
- γ) την παρακολούθηση των αποθεμάτων μέσω συστημάτων διαχείρισης επιχειρησιακών πόρων και εφοδιαστικής,
- δ) την υποστήριξη της εξυπηρέτησης του πελάτη με ηλεκτρονικά συστήματα διαχείρισης πελατών,
- ε) τη διευκόλυνση του καταναλωτή στη σύγκριση τιμών εμπορευμάτων με παρόμοια χαρακτηριστικά και επιδόσεις και
- στ) τη μέτρηση του βαθμού ικανοποίησης του καταναλωτή σε σχέση με την εξυπηρέτηση κατά την αγορά του εμπορεύματος και την υποστήριξη μετά την πώληση.

7 Διαχείριση προμηθειών και προμηθευτές

7.1 Απαιτήσεις

Το εμπορικό κατάστημα πρέπει να διασφαλίζει ότι οι προμήθειες, τα προμηθευόμενα εμπορεύματα και υλικά ικανοποιούν τις απαιτήσεις. Ειδικότερα, πρέπει να αποκλείεται η προμήθεια απομιμητικών προϊόντων και η παραβίαση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας.

Το εμπορικό κατάστημα πρέπει να διαθέτει προδιαγραφές για τα προμηθευόμενα εμπορεύματα και να διασφαλίζει την επάρκεια των εμπορευμάτων.

7.2 Πρακτικές

Οι καθιερωμένες πρακτικές προμηθειών μπορεί να περιλαμβάνουν:

- α) τήρηση αρχείων με τα αποτελέσματα της αξιολόγησης των προμηθευτών και κατάλογο εγκεκριμένων προμηθευτών. Στα κριτήρια αξιολόγησης προμηθευτών μπορεί να περιλαμβάνονται κριτήρια όπως η άμεση απόκριση και εξυπηρέτηση, η τιμή, η αξιοπιστία, η εφαρμογή συστημάτων διαχείρισης σύμφωνα με το πρότυπο ΕΛΟΤ EN ISO 9001 ή ΕΛΟΤ EN ISO 14001, προϊόντα με σήμανση CE, οικολογικά προϊόντα και σχετικές σημάνσεις,
- β) τακτικούς ελέγχους των προμηθευόμενων ειδών,
- γ) παρακολούθηση των προμηθειών μέσω συστημάτων διαχείρισης επιχειρησιακών πόρων και εφοδιαστικής και
- δ) περιοδική παρακολούθηση και έλεγχο των προμηθευόμενων ειδών και αξιολόγηση των προμηθευτών.

8 Διαχείριση των πόρων

8.1 Ανθρώπινο δυναμικό

8.1.1 Απαιτήσεις, γενικά

Ο επιχειρηματίας και το προσωπικό του εμπορικού καταστήματος πρέπει να διαθέτουν την κατάλληλη επαγγελματική επάρκεια και στάση ή συμπεριφορά για την υιοθέτηση και τήρηση των αρχών και την αποδοτική και αποτελεσματική υλοποίηση των δραστηριοτήτων σύμφωνα με τις αρχές και απαιτήσεις του παρόντος προτύπου.

Το εμπορικό κατάστημα πρέπει να μεριμνά ώστε το προσωπικό να έχει γνώσεις σχετικά με την κατάλληλη εξυπηρέτηση των καταναλωτών.

Το προσωπικό πρέπει να έχει γνώση των μέτρων αντιμετώπισης εκτάκτων αναγκών.

8.1.2 Επαγγελματική επάρκεια και συμπεριφορά

Ο επιχειρηματίας πρέπει να διαθέτει γνώση των δραστηριοτήτων του καταστήματος, τεχνικών δημιουργίας κινήτρων στο προσωπικό, τεχνικών επικοινωνίας με καταναλωτές όλων των κατηγοριών, υπαλλήλους και προμηθευτές.

Ο επιχειρηματίας ή το προσωπικό που αναλαμβάνει την παρουσίαση του προϊόντος/υπηρεσίας πρέπει να έχει γνώση των τρόπων προσέγγισης του πελάτη και ερμηνείας των εκφράσεων και της γλώσσας του σώματος, γνώση μεθόδων πώλησης και εξυπηρέτησης, γνώση των σημάνσεων των προϊόντων και ιδιαίτερα της σήμανσης CE, γνώση των σημάνσεων προέλευσης των προϊόντων και των οικολογικών σημάνσεων και επάρκεια στην επικοινωνία στην ελληνική και, όταν εφαρμόζεται, στην αγγλική ή άλλη ξένη γλώσσα.

Ο επιχειρηματίας ή το προσωπικό που αναλαμβάνει την διεκπεραίωση της συναλλαγής πρέπει να έχει γνώση για τη λειτουργία της ταμειακής μηχανής και του ελέγχου πιστοληπτικής ικανότητας του πελάτη σε περίπτωση δυνατότητας πώλησης επί πιστώσει.

Ο επιχειρηματίας ή το προσωπικό που αναλαμβάνει την υλοποίηση προμηθειών πρέπει να έχει γνώσεις σχετικές με την επιλογή των κωδικών και των ποσοτήτων των εμπορευμάτων που θα αγοραστούν και διαπραγμάτευσης των τιμών αγοράς και των χρόνων παράδοσης.

Για παρακολούθηση των αναγκών των πελατών και την επικοινωνία με τους καταναλωτές, συνιστάται ο επιχειρηματίας ή το προσωπικό να μπορεί να χρησιμοποιεί τα ηλεκτρονικά συστήματα διαχείρισης πελατών.

Για τη διαχείριση αποθεμάτων και προμηθειών, συνιστάται να έχουν γνώση των μεθόδων διαχείρισης αποθεμάτων και παρακολούθησης των αποθεμάτων μέσω ηλεκτρονικών συστημάτων διαχείρισης επιχειρησιακών πόρων και εφοδιαστικής.

8.1.3 Πρακτικές

Οι καθιερωμένες πρακτικές αξιοποίησης και ανάπτυξης του ανθρώπινου δυναμικού μπορεί να περιλαμβάνουν:

- α) τον εντοπισμό των αναγκών της επιχείρησης σε ανθρώπινο δυναμικό και προσδιορισμό της απαιτούμενης τεχνογνωσίας και δεξιοτήτων,
- β) την επιλογή και πρόσληψη κατάλληλου προσωπικού βάσει των ως άνω αναγκών ή ανάθεση σε εξωτερικά μέρη ή συνεργάτες,
- γ) την κατάρτιση προσωπικού για τα λειτουργικά και τα άλλα χαρακτηριστικά των κύριων εμπορευμάτων και
- δ) τη συνεχή ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού συμπεριλαμβανομένου του επιχειρηματία και του προσωπικού.

8.2 Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών

8.2.1 Απαιτήσεις, γενικά

Το εμπορικό κατάστημα πρέπει να διαθέτει υποδομή Τεχνολογίας Πληροφορικής και Επικοινωνίας (ΤΠΕ) για την υποστήριξη των δραστηριοτήτων του και την επικοινωνία των δεδομένων του εσωτερικά αλλά και με καταναλωτές, προμηθευτές, Αρχές και άλλους ενδιαφερομένους που περιλαμβάνει. κατ' ελάχιστον, διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ιστοσελίδα ή ιστολόγιο ή άλλο μέσο δικτύωσης όπως τα κοινωνικά δίκτυα. Ειδικότερα, για την επικοινωνία δεδομένων με φορολογικές Αρχές, πρέπει να υποστηρίζεται η οικονομική διαχείριση και λογιστήριο της επιχείρησης ή μέσω εξωτερικού λογιστή.

Η ιστοσελίδα ή δικτυακός τόπος πρέπει να συμμορφώνονται με τα πρότυπα προσβασιμότητας στα άτομα με αναπηρία, σε επίπεδο τουλάχιστον ΑΑ.

8.2.2 Πρακτικές

Συνιστάται, η υποδομή ΤΠΕ να διασφαλίζει:

- α) την προβολή του καταστήματος και των προϊόντων στα δίκτυα κοινωνικής δικτύωσης. Περιλαμβάνει χάρτη και θέση του καταστήματος, χαρακτηριστικά των προϊόντων, εγχειρίδια χρήσης και συντήρησης και τιμοκαταλόγους,
- β) την έμφαση στα προϊόντα που φέρουν οικολογική σήμανση και προϊόντα εγχώριας προστιθέμενης αξίας,
- γ) τη δυνατότητα ηλεκτρονικών πωλήσεων,
- δ) την αποτελεσματική επαφή με τον πελάτη (εξατομικευμένη επικοινωνία), την εξυπηρέτηση μετά την πώληση (παροχή εγγυήσεων, επίλυση προβλημάτων, συμβουλές χρήσης του προϊόντος, παροχή εγχειριδίων χρήσης) και τη διαχείριση παραπόνων, μέσω ηλεκτρονικού συστήματος διαχείρισης πελατών,
- ε) τη δυνατότητα ελέγχου πιστοληπτικής ικανότητας του πελάτη σε περίπτωση πληρωμής επί πιστώσει π.χ. με πιστωτική κάρτα και
- στ) την υποστήριξη ηλεκτρονικών συστημάτων διαχείρισης επιχειρησιακών πόρων και εφοδιαστικής για τις δραστηριότητες της διαχείρισης αποθεμάτων και προμηθειών.

8.3 Υποδομές, εξοπλισμός και μέσα

8.3.1 Απαιτήσεις, γενικά

Το εμπορικό κατάστημα πρέπει να διαθέτει την κατάλληλη υλικοτεχνική υποδομή, εξοπλισμό, δίκτυα και μέσα ώστε να διασφαλίζεται η αποτελεσματική υλοποίηση των δραστηριοτήτων του. Τα κτίρια, οι χώροι εργασίας και οι σχετικές βοηθητικές εγκαταστάσεις πρέπει να είναι επαρκή και να διατηρούνται κατάλληλα.

Πρέπει να εξασφαλίζεται η καλή υγιεινή των χώρων και να υπάρχει επαρκής φωτισμός και αερισμός. Ο εγκατεστημένος εξοπλισμός πρέπει να είναι χαμηλής ενεργειακής κατανάλωσης.

Πρέπει να εξασφαλίζεται η μείωση των απορριμμάτων, η οικολογική διαχείριση αυτών και, όταν εφαρμόζεται, η μείωση εκπομπών ρύπων. Συνιστάται να γίνεται χρήση ανακυκλωμένων ή ανακυκλώσιμων υλικών (πχ χάρτινα υλικά συσκευασίας ή από ανακυκλωμένο χαρτί ή άλλα υλικά),

Πρέπει να εξασφαλίζεται η προσβασιμότητα στα άτομα με αναπηρία.

8.3.2 Πρακτικές

Συνιστάται, οι υποδομές, εξοπλισμοί, δίκτυα και μέσα να:

- α) επιτρέπουν τη δυνατότητα παρουσίασης των εμπορευμάτων με τρόπο φιλικό προς τον καταναλωτή συμπεριλαμβανομένων των ηλικιωμένων καταναλωτών και των ΑμεΑ,

- β) διαθέτουν επάρκεια αποθηκευτικών χώρων, κατάλληλα εκθετήρια για την ομαδοποίηση και ποσοτική παρακολούθηση των αποθεμάτων,
- γ) επιτρέπουν την κατάλληλη οργάνωση των κανόνων διαχείρισης του αποθέματος (πχ FIFO), την ιχνηλασιμότητα προκειμένου να είναι δυνατός ο εντοπισμός προϊόντων, διαχείριση επιστρεφόμενων, των προϊόντων υπό δέσμευση ή ελαττωματικών και οι φορτοεκφορτώσεις και
- δ) επιτρέπουν τον κατάλληλο διαχωρισμό απορριμμάτων και την οικολογική διαχείρισή τους.

9 Αναπληροφόρηση από καταναλωτές και διαχείριση παραπόνων

9.1 Απαιτήσεις

Το εμπορικό κατάστημα πρέπει να διασφαλίζει τη μέτρηση ικανοποίησης των πελατών και τον αποτελεσματικό χειρισμό των παραπόνων.

Για το χειρισμό των παραπόνων, ειδικότερα, πρέπει να διασφαλίζονται τα κάτωθι:

- α) **η συλλογή.** Η επιχείρηση πρέπει να είναι ανοικτή στα παράπονα και διαθέτει κάθε δυνατό μέσο για την άντλησή τους συμπεριλαμβανομένου κυτίου παραπόνου και της ευαισθητοποίησης του συνόλου του προσωπικού. Οι πληροφορίες σχετικά με τους τρόπους συλλογής και χειρισμού παραπόνων, όπως φυλλάδια, ερωτηματολόγια ή ηλεκτρονικές πληροφορίες πρέπει να είναι στην άμεση διάθεση των παραπονούμενων και των ενδιαφερομένων. Οι πληροφορίες αυτές πρέπει να παρέχονται σε σαφή γλώσσα και, στο μέτρο του δυνατού, σε μορφή προσβάσιμη σε όλους συμπεριλαμβανομένων των ΑμεΑ, έτσι ώστε να μην μειονεκτεί κανένας παραπονούμενος.
- β) **η παραλαβή του παραπόνου.** Η παραλαβή κάθε παραπόνου πρέπει να βεβαιώνεται άμεσα στον παραπονούμενο (π.χ. μέσω τηλεφώνου, ηλεκτρονικού ή απλού ταχυδρομείου ή με βεβαίωση λήψης παραπόνου προς τον παραπονούμενο που περιέχει τον κωδικό αριθμό ταυτοποίησης του παραπόνου).
- γ) **η αρχική αξιολόγηση ως προς την εγκυρότητα και σοβαρότητά του.** Μετά από την παραλαβή, κάθε παράπονο πρέπει να αξιολογείται αρχικά με βάση κριτήρια όπως, η σοβαρότητα, η επίπτωση στην ασφάλεια και ενδεχόμενες ευθύνες και επιπτώσεις καθώς και η ανάγκη και η δυνατότητα θεραπείας και ανάληψης διορθωτικών ενεργειών.
- δ) **η διερεύνηση παραπόνων.** Πρέπει να καταβάλλεται κάθε εύλογη προσπάθεια ώστε να διερευνούνται όλες οι πληροφορίες και συνθήκες σχετικά με τα έγκυρα και σοβαρά παράπονα ανάλογα με τη σοβαρότητα και τη συχνότητα εμφάνισης του παραπόνου.
- ε) **η αντιμετώπιση στα παράπονα.** Η επιχείρηση πρέπει να επιλύει το πρόβλημα, να διορθώνει εμπλεκόμενα προϊόντα/υπηρεσίες και σχετικές δραστηριότητες ώστε να αποτρέψει την επανεμφάνιση του προβλήματος.
- στ) **η ενημέρωση του παραπονούμενου.** Η επίλυση για το παράπονο και οι ενέργειες που τον αφορούν πρέπει να κοινοποιούνται στον παραπονούμενο.
- ζ) **το κλείσιμο του παραπόνου.** Εάν ο παραπονούμενος αποδέχεται την προτεινόμενη επίλυση τότε η επίλυση υλοποιείται και καταγράφεται. Εάν ο παραπονούμενος απορρίψει την προτεινόμενη επίλυση τότε το παράπονο παραμένει ανοικτό. Η μη αποδοχή συνιστάται να καταγραφεί και ο παραπονούμενος να ενημερώνεται για τις διαθέσιμες μορφές εξωτερικής προσφυγής. Η επιχείρηση πρέπει να παρακολουθεί τις λογικώς αναμενόμενες εξωτερικές επιλογές προσφυγών μέχρι να ικανοποιηθεί ο παραπονούμενος. Συνιστάται, η επιχείρηση να αποδέχεται τα προτεινόμενα, από τα εξωτερικά μέρη για την εξωδικαστική επίλυση του παραπόνου.

9.2 Πρακτικές

Οι καθιερωμένες πρακτικές για την αναπληροφόρηση από καταναλωτές και τη διαχείριση παραπόνων μπορεί να περιλαμβάνουν:

- α) τη δέσμευση που μπορεί να αποδεικνύεται απλά με ένα εμφανές σήμα, ένα κυτίο παραπόνων ή αναφορά στις αποδείξεις ή τιμολόγια της επιχείρησης, ενδεικτικά: «Η ικανοποίησή σας είναι σημαντική για μας, παρακαλώ πείτε μας εάν δεν είστε ικανοποιημένοι — θα επιθυμούσαμε να επανορθώσουμε»,

- β) έντυπο και αρχείο παραπόνου στα οποία περιλαμβάνονται η ημερομηνία υποβολής, τα προϊόντα ή υπηρεσίες που αφορά το παράπονο και τα σχετικά υποστηρικτικά στοιχεία και πληροφορίες για την αιτούμενη επίλυση,
- γ) την άντληση πληροφοριών και υποδείξεων για τα προϊόντα, υπηρεσίες και δραστηριότητες της επιχείρησης από καταναλωτές, πέραν των παραπόνων,
- δ) τρόπους προστασίας των προσωπικών δεδομένων του παραπονούμενου,
- ε) τήρηση αρχείου επίλυσης παραπόνων,
- στ) ανάθεση υπευθυνοτήτων για τις ενέργειες συλλογής, διερεύνησης, επίλυσης και επικοινωνίας,
- ζ) συλλογή νομικών και κανονιστικών απαιτήσεων σχετικών με παράπονα (π.χ. για ευθύνη, εξωτερικά μέρη για προσφυγές,
- η) διαθεσιμότητα πόρων (συμπεριλαμβανομένης της διάθεσης προσωπικού για επίδειξη λειτουργίας συσκευών, αδαπάνως, και της εκπαίδευσης του προσωπικού),
- θ) ηλεκτρονική ενημέρωση καταναλωτή για την πρόοδο εκτέλεσης και παράδοσης των εμπορευμάτων και
- ι) καθιέρωση διαδικασιών για την υποβολή καταγγελιών, υποδείξεων και παραπόνων είτε ηλεκτρονικά είτε με φυσική παρουσία στο χώρο των καταστημάτων, την αρχική αξιολόγηση, διερεύνηση και επίλυση παραπόνων.

10 Ενημέρωση για νομοθεσία

10.1 Απαιτήσεις, γενικά

Το εμπορικό κατάστημα πρέπει να ενημερώνεται για την εφαρμοστέα νομοθεσία που αφορά τη λειτουργία του και τα προϊόντα και υπηρεσίες του. Συνιστάται να ενημερώνεται σχετικά με τις επικείμενες αλλαγές της.

Ειδικότερα το εμπορικό κατάστημα πρέπει να ενημερώνεται για την ισχύουσα νομοθεσία που αφορά:

- α) τον τομέα δραστηριότητας (εμπορία του/των συγκεκριμένου/ων προϊόντος/ων)
- β) τη γενικότερη νομοθεσία, για:
 - β1) προστασία του καταναλωτή,
 - β2) την υγεία και ασφάλεια των εργαζομένων,
 - β3) τις απαιτήσεις της νομοθεσίας για τα ΑμεΑ,
 - β4) τη διαχείριση του περιβάλλοντος και την αειφορία ή βιωσιμότητα και
 - β5) την ισότητα των φύλων και τη διασφάλιση της ίσης μεταχείρισης.

10.2 Πρακτικές

Οι καθιερωμένες πρακτικές για ενημέρωση και τήρηση της νομοθεσίας μπορεί να περιλαμβάνουν:

- α) ενημέρωση της Διοίκησης, σε τακτική βάση, για τις δημοσιεύσεις σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, νομοθετημάτων ή και κανονισμών / προδιαγραφών και μέριμνα για την κατάλληλη ενημέρωση και του αρμόδιου προσωπικού,
- β) παρακολούθηση ισχύουσας νομοθεσίας, μέσω τραπεζών νομικών πληροφοριών χρήσιμες για τη Νομική Υποστήριξη του και σχετικούς ιστοτόπους,

- γ) συλλογή και τήρηση εγγράφων (ηλεκτρονικά ή με φυσικό τρόπο, τουλάχιστο σε επίπεδο καταλόγου) που αφορούν το θεσμικό και κανονιστικό πλαίσιο και
- δ) αξιοποίηση εξωτερικών μερών με γνώση των θεμάτων νομοθεσίας και παρακολούθηση των σχετικών ηλεκτρονικών εκδόσεων π.χ. επιμελητηρίων, συλλόγων ή συμβούλων.

11 Αναφορά αποτελεσμάτων

11.1 Απαιτήσεις

Το εμπορικό κατάστημα πρέπει να αποδεικνύει, μέσω αντικειμενικών δεδομένων, τη δέσμευση και την τήρηση των αρχών και απαιτήσεων του παρόντος προτύπου. Τα αντικειμενικά δεδομένα ή αποδεικτικά στοιχεία μπορεί να αφορούν είτε αποτελέσματα σχεδιασμού είτε υλοποίηση και εκτέλεση δραστηριοτήτων και τις σχετικές επιδόσεις. Τα αντικειμενικά δεδομένα μπορεί να δημοσιοποιούνται στο ευρύ κοινό και ενδιαφερομένους ή να παρέχονται, κατά περίπτωση, είτε κατόπιν αιτήματος από καταναλωτή ή άλλο ενδιαφερόμενο είτε όταν ζητείται από δημόσιες Αρχές.

11.2 Πρακτικές

Οι καθιερωμένες πρακτικές για απόδειξη της δέσμευσης στην προσέγγιση της ποιότητας και την ικανοποίηση των απαιτήσεων του προτύπου περιλαμβάνουν αναφορές που μπορεί να έχουν τις παρακάτω μορφές:

- α) αναφορές από τα συστήματα που υποστηρίζουν τις δραστηριότητες όπως ιστοσελίδες, ηλεκτρονικά συστήματα διαχείρισης πελατειακών σχέσεων, διαχείρισης επιχειρησιακών πόρων και εφοδιαστική,
- β) αναφορές με τη μορφή αρχείων έντυπων ή ηλεκτρονικών και
- γ) αναφορές σε άλλη μορφή (π.χ. φωτογραφίες)

Οι αναφορές μπορεί να αφορούν, ενδεικτικά:

1. Χαρακτηριστικά του προϊόντος τα οποία αναφέρονται στην τήρηση αρχών και απαιτήσεων π.χ. σε προστιθέμενη αξία, συμμετοχή στην εγχώρια και τοπική αλυσίδα αξίας, φιλικότητα στο περιβάλλον,
2. Παρακολούθηση της διαθεσιμότητας του προϊόντος ώστε να δίνεται πληροφόρηση στον πελάτη,
3. Χρόνο αποστολής και παράδοσης του προϊόντος,
4. Ιστοσελίδες παρουσίασης του καταστήματος και των προϊόντων συμβατή με τις απαιτήσεις προσβασιμότητας,
5. Αναπληροφόρηση από καταναλωτές και παράπονα πελατών. Παρουσίαση των αποτελεσμάτων ερευνών ικανοποίησης των πελατών,
6. Τρόποι πληρωμής που δέχεται το κατάστημα, αναφορά των παραστατικών τα οποία εκδίδονται,
7. Παρακολούθηση της προόδου της παραγγελίας και ενημέρωση του πελάτη,
8. Παρουσίαση των εγγυήσεων που προσφέρει το κατάστημα και των σχετικών χρεώσεων,
9. Μελέτη επαγγελματικού κινδύνου, προστασία για την υγεία και ασφάλεια στην εργασία,
10. Αξιολόγηση προμηθευόμενων εμπορευμάτων και προμηθευτών, διεκδικήσεις από προμηθευτές,
11. Εκπαίδευση προσωπικού σε τεχνικές πωλήσεων, χρήση ηλεκτρονικών συστημάτων διαχείρισης πελατειακών σχέσεων, διαχείρισης επιχειρησιακών πόρων, εφοδιαστικής και ξένες γλώσσες,
12. Μη συμμορφώσεις σε θέματα νόμων/κανονισμών,
13. Εργασιακές πρακτικές π.χ. μόνιμο προσωπικό και έκτακτο προσωπικό, μισθός νεοπροσλαμβανόμενου και εφαρμογή συλλογικών συμβάσεων,
14. Δέσμευση σε θέματα που αφορούν την τοπική κοινότητα και το περιβάλλον (π.χ. πρόσληψη προσωπικού από την τοπική κοινωνία και σεβασμό οικοσυστημάτων),
15. Εσωτερική επικοινωνία, κίνητρα και ευαισθητοποίηση προσωπικού,

16. Κώδικας δεοντολογίας και ασφάλιση,
17. Καινοτομίες, από μεθόδους και πρακτικές μεμονωμένων δραστηριοτήτων έως την αναδιοργάνωση/ανασχεδιασμό δραστηριοτήτων ή εισαγωγή νέας τεχνολογίας,
18. Καινοτομίες που αφορούν αξιοποίηση πολιτιστικής κληρονομιάς και
19. Περιβαλλοντικά θέματα, ανακύκλωση υλικών, ανάκτηση συσκευασιών, εξοικονόμηση ενέργειας, πρόληψη ρύπανσης

Παράρτημα Α

Σχετική νομοθεσία, πρότυπα, βιβλιογραφία και ιστότοποι

Γενικά, ποιότητα

1. ΝΟΜΟΣ 2251/1994 (ΦΕΚ 191 Α' / 16 Νοεμβρίου 1994). Προστασία των καταναλωτών, όπως ισχύει μετά τις τροποποιήσεις,
του Ν. 2496/1997 (ΦΕΚ 87 Α' /16-5-1997),
του Ν. 2741/1999 (ΦΕΚ 199 Α' /28-9-1999),
της Κοινής Υπουργικής Απόφασης αριθ. Ζ1 – 496/7-12-2000 (ΦΕΚ 1545 Β' / 18-12-2000),
του Ν. 3043/2002 (ΦΕΚ 192 Α' /21-8-2002),
της Κοινής Υπουργικής Απόφασης αριθ. Ζ1 – 659/14-10-2002 (ΦΕΚ 1373 Β' / 25-10-2002),
του Π.Δ. 301/2002 (ΦΕΚ 267 Α' /4-11-2002),
της Κοινής Υπουργικής Απόφασης αριθ. Ζ1 – 629/10-05-2005 (ΦΕΚ 720 Β' / 30-05-2005),
του Ν. 3587/2007 (ΦΕΚ 152 Α' /10-7-2007),
του Ν. 3714/ 2008 (ΦΕΚ 231 Α' /7-11-2008),
του Ν. 3758/2009 (ΦΕΚ 68 Α' /5-5-2009),
του Ν. 3853/2010 (ΦΕΚ 90 Α' /18-6-2010),
της Κοινής Υπουργικής Απόφασης αριθ. Ζ1-111/2012 (ΦΕΚ 627 Β /7-3-2012),
του Ν. 4177/2013 (ΦΕΚ 173 Α' /8-8-2013),
της Κοινής Υπουργικής Απόφασης απόφαση αριθ. Ζ1-891/30-08-2013 (ΦΕΚ 2144 Β' /30-08-2013),
του Ν. 4242/2014 (ΦΕΚ 50 Α' /28-2-2014) και
της Κοινής Υπουργικής Απόφασης αριθ. 27764οικ./4-06-2014 (ΦΕΚ 1470 Β' /6-6-2014)
2. Ν. 2239/1994 Περί σημάτων (ΦΕΚ 152/Α/16-09-1994)
3. Ν.146/1914 Περί αθεμίτου ανταγωνισμού (ΦΕΚ 21/Α/27-01-1914)
4. ΕΛΟΤ EN ISO 9001: 2008, Συστήματα διαχείρισης της ποιότητας – Απαιτήσεις
5. ΕΛΟΤ ISO 26000:2010, Οδηγός για την κοινωνική ευθύνη των οργανισμών
6. ISO 9004:2010, Διαχείριση για τη βιωσιμότητα ενός οργανισμού - Η προσέγγιση της διαχείρισης της Ποιότητας
7. ΕΛΟΤ EN ISO 9000: 2005, Συστήματα διαχείρισης της ποιότητας- Θεμελιώδεις αρχές και λεξιλόγιο
8. ΕΛΟΤ ISO 10002:2005, Διαχείριση της Ποιότητας - Ικανοποίηση πελατών – Κατευθυντήριες οδηγίες για το χειρισμό παραπόνων εντός των οργανισμών

9. ISO 8440:1986 - Location of codes in trade documents / κωδικοί σε εμπορικά έγγραφα
10. ISO 7372:2005 - Trade data interchange -- Trade data elements director / Κατάλογος για τη μεταβίβαση δεδομένων στην εμπορική δραστηριότητα
11. ISO 6422-1:2010 - Layout key for trade documents -- Part 1: Paper-based documents / διατάξεις για τη χρήση εμπορικών εγγράφων
12. ISO 10008:2013 - Quality management -- Customer satisfaction -- Guidelines for business-to-consumer electronic commerce transactions / Ικανοποίηση πελάτη σε ηλεκτρονικό εμπόριο (B2C)
13. ISO 16678:2014 - Guidelines for interoperable object identification and related authentication systems to deter counterfeiting and illicit trade / Κατευθυντήριες γραμμές για την διαλειτουργική ταυτοποίηση αντικειμένων και των σχετικών συστημάτων ελέγχου ταυτότητας για την καταπολέμηση της παραχάραξης και του παράνομου εμπορίου
14. ISO/TS 20245:2014 - Cross-border trade of second-hand goods / Διασυνοριακό εμπόριο μεταχειρισμένων αγαθών
15. ISO 18245:2003 - Retail financial services -- Merchant category codes / Οι λιανικές χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες - κωδικοί Εμπορικών Κατηγοριών
16. ISO 10003:2007 - Quality management -- Customer satisfaction -- Guidelines for dispute resolution external to organizations / Κατευθυντήριες Οδηγίες για την επίλυση διαφορών εκτός οργανισμών
17. Fair Trade USA / TRADE STANDARD / Compliance Criteria for the Trade Standard 1.0 / FTUSA_TRADE_CC_1.0_EN_011614
18. ISO 27001:2013 - Information security management / Διαχείριση της Ασφάλειας των Πληροφοριών
19. Ιστότοποι αναφοράς : <http://www.iso.ch>
<http://www.elot.gr>

1. Περιβαλλοντικά

20. ΠΔ 1180/81, 293 Α, Συνοπτικός πίνακας ελληνικής γενικής νομοθεσίας για βιομηχανίες
21. ΥΑ 11014/703/φ104, 332/Β/2003, Περί της ενημέρωσης των αρμοδίων αρχών για τις απορρίψεις ρύπανσης (εκπομπών και αποβλήτων) από τις δραστηριότητες του παραρτήματος ΙΙ του άρθρου 5 της ΗΠ 15393/2332/2002 ΚΥΑ Β'1022
22. Οδηγία 96/61/ΕΚ, Σχετικά με την ολοκληρωμένη πρόληψη και τον έλεγχο της ρύπανσης, Επίσημη Εφημερίδα ΕΕ Αριθμός L257 της 10.10.1996 σ. 0026-0040
23. ΟΔΗΓΙΑ 85/337/ΕΟΚ, Μέτρα αποφυγής και, όταν αυτό δεν είναι δυνατόν, μείωσης των εκπομπών από τις ανωτέρω δραστηριότητες στην ατμόσφαιρα, το νερό και το έδαφος, και μέτρα για τα απόβλητα, ώστε να επιτευχθεί υψηλό επίπεδο προστασίας του περιβάλλοντος στο σύνολό του
24. ΟΔΗΓΙΑ 76/464/ΕΟΚ, Έμμεσες απορρίψεις στο νερό / Προσδιορισμός οριακών τιμών εκπομπής της εγκατάστασης, υπό την προϋπόθεση ότι κατοχυρώνεται ισοδύναμο επίπεδο προστασίας του όλου περιβάλλοντος και ότι δεν γεννώνται μεγαλύτερα ρυπαντικά φορτία για το περιβάλλον
25. Οδηγία 75/442/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 15ης Ιουλίου 1975, Περί χαρακτηρισμού των στερεών αποβλήτων
26. ΕΛΟΤ ISO 14001: 2004, Συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης – Απαιτήσεις και καθοδήγηση για τη χρήση του

2. Υγεία και ασφάλεια στην εργασία

27. Νόμος 3850/2010 Κύρωση του Κώδικα νόμων για την υγεία και την ασφάλεια των εργαζομένων
28. Ν 1568/85 (ΦΕΚ:177/Α/85), Υγεία και ασφάλεια των εργαζομένων.
29. ΠΔ 294/88 (ΦΕΚ:138/Α/88), Ελάχιστος χρόνος απασχόλησης τεχνικού ασφαλείας και γιατρού εργασίας κλπ.
30. ΠΔ 17/96 (ΦΕΚ:11/Α/96), Μέτρα για την βελτίωση της ασφάλειας και της υγείας των εργαζομένων κλπ
31. ΠΔ 395/94 (ΦΕΚ:221/Α/94) Ελάχιστες προδιαγραφές ασφάλειας και υγείας για τη χρησιμοποίηση εξοπλισμού εργασίας και τροποποιήσεις ΠΔ 89/99 (ΦΕΚ:94/Α/99), ΠΔ 304/2000 (ΦΕΚ:241/Α/2000) και ΠΔ 155/04 (ΦΕΚ 121/Α/2004)
32. ΠΔ 396/94 (ΦΕΚ:221/Α/94), Ελάχιστες προδιαγραφές ασφάλειας και υγείας για τη χρήση από τους εργαζόμενους εξοπλισμών ατομικής προστασίας κατά την εργασία κλπ
33. ΠΔ 398/94 (ΦΕΚ:221/Α/94) Ελάχιστες προδιαγραφές ασφάλειας και υγείας κατά την εργασία με οθόνες οπτικής απεικόνισης κλπ
34. ΠΔ 397/94 (ΦΕΚ:221/Α/94) Ελάχιστες προδιαγραφές ασφάλειας και υγείας κατά την χειρωνακτική διακίνηση φορτίων που συνεπάγεται κίνδυνο κλπ.
35. ΠΔ 176/97 (ΦΕΚ:150/Α/970) και ΠΔ 41/2003 (ΦΕΚ:44/Α/21-02-2003), Μέτρα για την βελτίωση της ασφάλειας και της υγείας κατά την εργασία των εγκύων, λεχώνων και γαλουχουσών κλπ
36. Ν 1837/89 (ΦΕΚ:85/Α/89) Για την προστασία των ανηλίκων κατά την απασχόληση και άλλες διατάξεις.
37. ΠΔ 62/98 (ΦΕΚ:67/Α/98) Μέτρα για την προστασία των νέων κατά την εργασία κλπ
ΝΟΜΟΘΕΤΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΦΥΣΙΚΟΥΣ, ΧΗΜΙΚΟΥΣ ΚΑΙ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ
38. Ν 1568/85 Κεφ. Ε ΠΔ 77/93 (άρθρο 2) (Φ.Ε.Κ. 34/Α/18-3-1993): "Για την προστασία των εργαζομένων από φυσικούς, χημικούς και βιολογικούς παράγοντες κλπ.
39. ΠΔ 307/86 (ΦΕΚ:135/Α/86) Προστασία της υγείας των εργαζομένων που εκτίθενται σε ορισμένους χημικούς παράγοντες κλπ
40. ΠΔ 90/99 (ΦΕΚ:94/Α/99) Καθορισμός οριακών τιμών έκθεσης και ανώτατων οριακών τιμών έκθεσης των εργαζομένων σε ορισμένους χημικούς παράγοντες κλπ
41. ΠΔ 85/91 (ΦΕΚ:38/Α/91) και ΠΔ 149/06 (ΦΕΚ 159/Α/28-07-2006) Προστασία των εργαζομένων από τους κινδύνους που διατρέχουν λόγω της έκθεσής τους στο θόρυβο κατά την εργασία
42. Κ.Υ.Α 12044/613/2007 Καθορισμός μέτρων και όρων για την αντιμετώπιση κινδύνων από ατυχήματα μεγάλης έκτασης σε εγκαταστάσεις ή μονάδες, λόγω της ύπαρξης επικίνδυνων ουσιών, σε συμμόρφωση με τις διατάξεις της οδηγίας 2003/105/ΕΚ
43. ΕΛΟΤ 1801: 2008, Συστήματα διαχείρισης της υγείας και της ασφάλειας στην εργασία – Απαιτήσεις

3. Προσβασιμότητα ΑμεΑ

44. Ν.4074/2012 ΦΕΚ 88 Α' Κύρωση της Σύμβασης για τα δικαιώματα των ατόμων με αναπηρία, άρθρα 9, 19, 20, 21 κ.λπ.
45. Ν.4067/2012 ΦΕΚ 79 Α' Νέος Οικοδομικός Κανονισμός, άρθρα 26 και 27 κτλ.

46. Οδηγίες Σχεδιασμού «Σχεδιάζοντας για Όλους», ΥΠΕΚΑ, Οι Οδηγίες Σχεδιασμού «Σχεδιάζοντας για Όλους» του Γραφείου Μελετών για άτομα με αναπηρία βρίσκονται ανηρτημένες στη διεύθυνση <http://www.ypeka.gr/Default.aspx?tabid=380&language=el-GR>
47. Ψήφισμα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου της 22ας Μαΐου 2012 σχετικά με την στρατηγική για την ενίσχυση των δικαιωμάτων των ευάλωτων καταναλωτών (2011/2272(INI))
48. Πρότυπο ΕΛΟΤ 1439 «Οργανισμός φιλικός σε πολίτες με αναπηρία – Απαιτήσεις και συστάσεις»
49. Η Μεθοδολογία ελέγχου προσβασιμότητας του ΥΠ.ΕΣ.Η.Δ. βρίσκεται ανηρτημένη στη διεύθυνση <http://amea.gsra.gr/Default.aspx?id=1588&nt=18&lang=1>
50. Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού (WCAG)
51. Ιστότοπος ΕΣΑμεΑ, www.esamea.gr

Γλωσσάρι

Ελληνικός όρος	Αγγλικός όρος	Αναφορά
A		
αιφορία, βιωσιμότητα	sustainability	3.9
αιφόρος ανάπτυξη, βιώσιμη ανάπτυξη	sustainable development	
αποδεικτικό στοιχείο, τεκμήριο	objective evidence	3.12
απαίτηση	requirement	3.11
αλυσίδα αξίας, αλυσίδα προσθήκης αξίας, αλυσίδα παραγωγής	value chain	3.3
Αρχές, ρυθμιστικές ή ελεγκτικές Αρχές	regulatory and enforcement bodies	3.20
B		
βελτίωση	improvement	
βιώσιμη ανάπτυξη, αιφόρος ανάπτυξη	sustainable development	
βιωσιμότητα, αιφορία	sustainability	3.9
Δ		
δεδομένα	data	
διαδικασία	procedure	
διαχείριση της ποιότητας	quality management	
διοίκηση	management	
Διοίκηση, επιχειρηματίας	Top Management	3.15
διορθωτική ενέργεια	corrective action	
E		
εμπορικό κατάστημα, εμπορικό κατάστημα λιανικής	retail sale business	3.1
ενδιαφερόμενο μέρος	interested party/stakeholder	
επίδοση	performance	3.13
επιχειρηματίας, Διοίκηση, Ανώτατη Διοίκηση	Top Management	3.15
επιχείρηση	enterprise, business	3.2
I		
ιστοσελίδα	site	3.18
ιχνηλασιμότητα	traceability	
ικανοποίηση του καταναλωτή	customer satisfaction	3.5
K		
καινοτομία	innovation	3.16
καταναλωτής	consumer	3.4
κοινωνική ευθύνη	social responsibility	3.8
κοινωνικώς υπεύθυνη επιχείρηση	socially responsible business/enterprise	3.7
Λ		
λειτουργία	function	
M		
μέτρηση	measurement	
μη-συμμόρφωση	nonconformity	
Μητρώο	Register	3.19
O		
οργανισμός	organization	

Π		
παρακολούθηση	monitoring	
παράπονο	complaint	
πελάτης	customer	
πληροφοριακό σύστημα/Τεχνολογία πληροφορικής και επικοινωνιών	Information System/ Information & communication technology	
πληροφορίες	information	
ποιότητα	quality	3.10
πόροι	resources	3.17
προϊόν	product	
προμηθευτής/πάροχος	supplier/provider	
προστιθέμενη αξία	added value	3.6
Σ		
στόχος	objective	
στόχος ποιότητας	quality objective	
στρατηγική	strategy	
σύμβαση	contract	
συμμόρφωση	conformity	
συνεχής βελτίωση	continual improvement	
σύστημα	system	
σύστημα διαχείρισης	management system	
σύστημα διαχείρισης της ποιότητας	quality management system	3.14
Τ		
τεκμήριο, αποδεικτικό στοιχείο	objective evidence	3.12
Υ		
υπηρεσία	service	