

Универсальные стандарты управления социальным воздействием



1. Определение и мониторинг социальных целей



2. Приверженность Правления, руководства и сотрудников социальным идеям



3. Ответственное отношение к клиентам

СТАНДАРТЫ:

- A.** Организацией сформулирована стратегия достижения социальных целей.
- B.** Организация собирает данные, имеющие отношение к ее социальным целям на уровне клиентов, использует эти данные для отчетов и обеспечивает их точность.

СТАНДАРТЫ:

- A.** Члены Правления преданы социальной миссии организации.
- B.** Члены Правления контролируют приверженность организации социальной миссии и социальным целям.
- C.** Руководство высшего звена определяет стратегию по достижению организацией ее социальных целей и контролирует соответствие этой стратегии.
- D.** Сотрудники подбираются, оцениваются и поощряются в соответствии, как с социальными, так и финансовыми критериями.

СТАНДАРТЫ:

- A.** Организация всегда определяет, имеет ли клиент возможность выплатить кредит, не оказавшись, при этом, в условиях чрезмерной задолженности. Организация принимает участие в усилиях по управлению кредитным риском на рынке.
- B.** Организация доносит информацию четко, в полном объеме и своевременно, на языке, понятном клиентам, что позволяет им принимать информированные решения.
- C.** Организация и ее агенты относятся к клиентам объективно и с уважением, дискриминация не допускается. Организация располагает механизмами предотвращения, обнаружения и борьбы с коррупцией, а также с агрессивным или оскорбительным поведением со стороны персонала или ее агентов, особенно, в момент выдачи кредита или сбора просроченной задолженности.
- D.** Организация уважает конфиденциальность данных потребителей в соответствии с законами и нормативами конкретной юрисдикции и использует данные клиента только для целей, которые были оговорены в момент сбора такой информации, либо в соответствии с требованиями закона, если на использование в других целях не было получено согласия клиентов.
- E.** В организации функционируют механизмы своевременного и эффективного рассмотрения жалоб и разрешения проблем клиентов. Такие механизмы используются как для решения отдельно взятых проблем, так и для усовершенствования продуктов и услуг.

Универсальные стандарты управления социальным воздействием



4. Обеспечение соответствия продуктов, услуг, моделей и каналов обслуживания нуждам и предпочтениям клиентов

СТАНДАРТЫ:

- A.** Организация осознает потребности и предпочтения клиентов различных типов.
- B.** Организация предлагает продукты, услуги, модели и каналы сбыта, которые не причиняют вреда клиентам.
- C.** Продукты, услуги, модели и каналы сбыта организации приносят пользу клиентам и способствуют достижению ее социальных целей.



5. Ответственное отношение к сотрудникам

СТАНДАРТЫ:

- A.** Организация следует оформленной документально кадровой политике, которая предусматривает защиту сотрудников и позволяет создать комфортные условия труда.
- B.** Организация доносит до всех сотрудников условия трудовых отношений и обеспечивает обучение основным компонентам работы.
- C.** Организация осуществляет мониторинг уровня удовлетворенности сотрудников и текучести кадров.



6. Баланс социальных и финансовых результатов

СТАНДАРТЫ:

- A.** Темпы роста позволяют достичь самоокупаемости и соответствуют ситуации на рынке, что обеспечивает высокое качество услуг.
- B.** Структура финансирования организации позволяет обеспечить соответствие двойной цели, благодаря тому, что представлены различные источники и условия и предъявляются различные требования к доходности.
- C.** Стремление к получению прибыли не подрывает долгосрочной самоокупаемости организации и благосостояния клиентов.
- D.** Уровень оплаты труда руководства высшего звена соответствует статусу организации с двойной целью.