

ESRS S4

მომხმარებლები და საბოლოო მომხმარებლები

შინაარსი

მიზანი

ურთიერთქმედება სხვა ESRS-თან

ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნები

- ESRS 2 – „ინფორმაციის გამჟღავნების საერთო მოთხოვნები“

სტრატეგია

- ESRS 2-ის SBM-2 ნაწილთან – „დაინტერესებულ მხარეთა ინტერესები და მოსაზრებები“ – დაკავშირებული ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნა
- ESRS 2-ის SBM-3 ნაწილთან „არსებითი ზემოქმედება, რისკები და შესაძლებლობები და მათი ურთიერთქმედება სტრატეგიასა და ბიზნესმოდელთან“ – დაკავშირებული ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნა

ზემოქმედების, რისკისა და შესაძლებლობის მართვა

- ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნა S4-1 – „მომხმარებლებთან და საბოლოო მომხმარებლებთან დაკავშირებული პოლიტიკები“
- ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნა S4-2 – „მომხმარებლებსა და საბოლოო მომხმარებლებთან ურთიერთქმედების პროცესები ზემოქმედებასთან დაკავშირებით“
- ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნა S4-3 – „უარყოფითი ზემოქმედების რემედიაციის პროცესები და არხები, რომლის მეშვეობით მომხმარებლებსა და საბოლოო მომხმარებლებს შეუძლიათ თავიანთი პრობლემების შესახებ საწარმოს ინფორმირება“
- ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნა S4-4 – „ზომების მიღება მომხმარებლებსა და საბოლოო მომხმარებლებზე არსებით ზემოქმედებასთან დაკავშირებით, ასევე მომხმარებლებსა და საბოლოო მომხმარებლებთან დაკავშირებული არსებითი რისკების მართვისა და არსებითი შესაძლებლობების გამოყენების მიდგომები და ამ ქმედებების ეფექტიანობა“

მდგრადობის მაჩვენებლები და სამიზნე მაჩვენებლები

- ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნა S4-5 – „არსებითი უარყოფითი ზემოქმედების მართვასთან, დადებითი ზემოქმედების გაუმჯობესებასა და არსებითი რისკებისა და შესაძლებლობების მართვასთან დაკავშირებული სამიზნე მაჩვენებლები,“

დანართი ა: გამოყენების მოთხოვნები

- მიზანი
- ინფორმაციის გამჟღავნების საერთო მოთხოვნები

სტრატეგია

- ESRS 2-ის SBM-2 ნაწილთან – „დაინტერესებულ მხარეთა ინტერესები და მოსაზრებები“ – დაკავშირებული ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნა
- ESRS 2-ის SBM-3 ნაწილთან – „არსებითი ზემოქმედება, რისკები და შესაძლებლობები და მათი ურთიერთქმედება სტრატეგიასა და ბიზნესმოდელთან“ – დაკავშირებული ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნა

ზემოქმედების, რისკისა და შესაძლებლობის მართვა

- ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნა S4-1 – „მომხმარებლებსა და საბოლოო მომხმარებლებთან დაკავშირებული პოლიტიკები“
- ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნა S4-2 – „მომხმარებლებსა და საბოლოო მომხმარებლებთან ურთიერთქმედების პროცესები ზემოქმედებასთან დაკავშირებით“
- ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნა S4-3 – „უარყოფითი ზემოქმედების რემედიაციის პროცესები და არხები, რომლის მეშვეობით მომხმარებლებსა და საბოლოო მომხმარებლებს

შეუძლიათ თავიანთი პრობლემების შესახებ საწარმოს ინფორმირება“

- ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნა S4-4 – „ზომების მიღება მომხმარებლებსა და საბოლოო მომხმარებლებზე არსებით ზემოქმედებასთან დაკავშირებით, ასევე მომხმარებლებსა და საბოლოო მომხმარებლებთან დაკავშირებული არსებითი რისკების მართვისა და არსებითი შესაძლებლობების გამოყენების მიდგომები და ამ ქმედებების ეფექტიანობა“

მდგრადობის მაჩვენებლები და სამიზნე მაჩვენებლები

- ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნა S4-5 – „*არსებითი უარყოფითი ზემოქმედების მართვასთან, დადებითი ზემოქმედების გაუმჯობესებასა და არსებითი რისკებისა და შესაძლებლობების მართვასთან დაკავშირებული სამიზნე მაჩვენებლები*“

მიზანი

1. წინამდებარე სტანდარტის მიზანია, დაადგინოს მოთხოვნები ისეთი ინფორმაციის გამჟღავნებისთვის, რომელიც **მდგრადობის ანგარიშების მომხმარებლებს** საშუალებას მისცემს, ნათელი წარმოდგენა შეიქმნან **მომხმარებლებსა და საბოლოო მომხმარებლებზე** განხორციელებული არსებითი **ზემოქმედების** შესახებ, რომელიც დაკავშირებულია საწარმოს საკუთარ ოპერაციებსა და **ღირებულებათა ჯაჭვთან**, მათ შორის, რომელიც ხორციელდება მისი პროდუქტების ან მომსახურების და **საქმიანი ურთიერთობების** მეშვეობით, ასევე დაკავშირებული არსებითი **რისკებისა და შესაძლებლობების** თაობაზე, მათ შორის:
 - ა) როგორ ზემოქმედებს საწარმო მისი პროდუქციის ან/და მომსახურების მომხმარებლებზე ან/და საბოლოო მომხმარებლებზე (ამ სტანდარტში მოიხსენიება, როგორც „მომხმარებლები და საბოლოო მომხმარებლები“) არსებითი დადებითი და უარყოფითი ფაქტობრივი ან პოტენციური ზემოქმედების თვალსაზრისით;
 - ბ) ნებისმიერი განხორციელებული **ქმედება** და მისი შედეგები, რომელიც მიმართული იყო ფაქტობრივი ან პოტენციური უარყოფითი ზემოქმედების პრევენციაზე, შერბილებაზე ან რემედიაციაზე, ასევე რისკებისა და შესაძლებლობების გათვალისწინებაზე;
 - გ) მომხმარებლებსა და საბოლოო მომხმარებლებზე საწარმოს ზემოქმედებასა და **დამოკიდებულებასთან** დაკავშირებული საწარმოს არსებითი რისკებისა და შესაძლებლობების ხასიათი, ტიპი და მასშტაბი, ასევე როგორ მართავს საწარმო ამგვარ რისკებსა და შესაძლებლობებს; და
 - დ) მომხმარებლებზე ან/და საბოლოო მომხმარებლებზე საწარმოს ზემოქმედებისა და დამოკიდებულების შედეგად წარმოქმნილი არსებითი რისკებისა და შესაძლებლობების **ფინანსური გავლენა** საწარმოზე მოკლევადიან, საშუალოვადიან და გრძელვადიან პერიოდში.
2. ამ მიზნის მისაღწევად წინამდებარე სტანდარტი მოითხოვს საერთო მიდგომის ახსნას, რომელსაც საწარმო იყენებს **მომხმარებლებზე** ან/და **საბოლოო მომხმარებლებზე** ნებისმიერი არსებითი ფაქტობრივი და პოტენციური ზემოქმედების გამოვლენისა და მართვისთვის, რომელიც დაკავშირებულია მის პროდუქციასთან ან/და მომსახურებასთან, როგორც არის, მაგალითად:
 - ა) საინფორმაციო ხასიათის ზემოქმედება საწარმოს მომხმარებლებზე ან/და საბოლოო მომხმარებლებზე (მაგალითად, პირადი ცხოვრების ხელშეუხებლობა, აზრის გამოხატვის თავისუფლება და (ხარისხიან) ინფორმაციაზე წვდომა;
 - ბ) საწარმოს მომხმარებლების ან/და საბოლოო მომხმარებლების პირადი უსაფრთხოება (მაგალითად, ჯანმრთელობა და შრომის უსაფრთხოება, პიროვნული უსაფრთხოება და ბავშვთა დაცვა);
 - გ) საწარმოს მომხმარებლების ან/და საბოლოო მომხმარებლების სოციალური ინტეგრაცია (მაგალითად, **არადისკრიმინაცია**, პროდუქტებსა და მომსახურებასთან წვდომა და პასუხისმგებლობიანი მარკეტინგული მეთოდები).
3. გარდა ამისა, ეს სტანდარტი მოითხოვს იმის ახსნას, **მომხმარებლებზე** ან/და **საბოლოო**

მომხმარებლებზე საწარმოს ამგვარ ზემოქმედებას და ასევე მის *დამოკიდებულებას* როგორ შეუძლია საწარმოსთვის არსებითი *რისკების* ან *შესაძლებლობები* წარმოქმნა. მაგალითად, საწარმოს პროდუქციის ან/და მომსახურების რეპუტაციაზე უარყოფითმა ზემოქმედებამ შესაძლოა დამლუპველი გავლენა იქონიოს საწარმოს საქმიანობს შედეგებზე, ხოლო მისი პროდუქციის ან/და მომსახურების მიმართ ნდობას შეუძლია ბიზნესისთვის უპირატესობებისა და სარგებლის მოტანა, როგორც არის, მაგალითად გაყიდვების გაზრდა ან სამომავლოდ მომხმარებელთა ბაზის გაფართოება.

4. *მომხმარებლებისა* და *საბოლოო მომხმარებლების* მიერ საწარმოს პროდუქციისა და მომსახურების უკანონო ან არასათანადო გამოყენება არ განეკუთვნება წინამდებარე სტანდარტის მოქმედების სფეროს.

ურთიერთქმედება სხვა ESRS-ებთან

5. წინამდებარე სტანდარტი იმ შემთხვევაში გამოიყენება, როდესაც *მომხმარებლებზე* ან/და *საბოლოო მომხმარებლებზე* არსებითი *ზემოქმედება* ან/და დაკავშირებული არსებითი *რისკები* და *შესაძლებლობები* გამოვლინდება *არსებითობის* შეფასების პროცესის მეშვეობით, რომელიც განხილულია ESRS 2-ში – „*ინფორმაციის გამჟღავნების საერთო მოთხოვნები*“.
6. ეს სტანდარტი უნდა განიხილებოდეს ESRS 1-სა – „*ზოგადი მოთხოვნები*“ და ESRS 2-თან, ასევე ESRS S1-თან – „*საკუთარი სამუშაო ძალა*“, ESRS S2-თან – „*ღირებულებათა ჯაჭვში მომუშავეები*“ და ESRS S3-თან – „*ზემოქმედების ქვეშ მყოფი საზოგადოებრივი ჯგუფები*“ – ერთად.

ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნები

ESRS 2 – „ინფორმაციის გამჟღავნების საერთო მოთხოვნები“

7. სტანდარტის ამ ნაწილის მოთხოვნები უნდა განიხილებოდეს ESRS 2-ის ინფორმაციის გამჟღავნების იმ მოთხოვნებთან ერთად, რომლებიც ეხება სტრატეგიას. ამ მოთხოვნების შესაბამისი ინფორმაცია წარდგენილი უნდა იყოს ESRS 2-ით მოთხოვნილ ინფორმაციასთან ერთად, გარდა SBM-3-ის „*არსებითი ზემოქმედება, რისკები და შესაძლებლობები და მათი ურთიერთქმედება სტრატეგიასა და ბიზნესმოდელთან*“ – შესაბამისი ინფორმაციის, რომლის გამჟღავნება საწარმოს შეუძლია ასევე თემატურ ინფორმაციასთან ერთად.

სტრატეგია

ESRS 2-ის SBM-2 ნაწილთან – „დაინტერესებულ მხარეთა ინტერესები და მოსაზრებები“ – დაკავშირებული ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნა

8. ESRS 2-ის SBM-2 ნაწილის 43-ე პუნქტის მოთხოვნის შესასრულებლად საწარმომ უნდა გაამჟღავნოს ინფორმაცია იმის თაობაზე, *მომხმარებლების* ან/და *საბოლოო მომხმარებლების* მოსაზრებები, ინტერესები და უფლებები, მათ შორის მათი უფლებების დაცვა, როგორ გაითვალისწინება საწარმოს სტრატეგიასა და ბიზნესმოდელში. მომხმარებლები ან/და საბოლოო მომხმარებლები ზემოქმედების ქვეშ მყოფი *დაინტერესებული მხარეების* ერთ-ერთი ძირითადი ჯგუფია.

ESRS 2-ის SBM-3 ნაწილთან – „არსებითი ზემოქმედება, რისკები და შესაძლებლობები და მათი ურთიერთქმედება სტრატეგიასა და ბიზნესმოდელთან“ – დაკავშირებული ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნა

9. ESRS 2 SBM-3-ის 48-ე პუნქტის მოთხოვნების შესასრულებლად საწარმომ უნდა გაამჟღავნოს ინფორმაცია:
 - ა) იმის თაობაზე, *მომხმარებლებზე* ან/და *საბოლოო მომხმარებლებზე* ფაქტობრივი და პოტენციური ზემოქმედება, როგორც ეს განსაზღვრულია ESRS 2-ის IRO-1 ნაწილში – „*არსებითი ზემოქმედების, რისკებისა და შესაძლებლობების გამოვლენისა და შეფასების პროცესის აღწერა*“: (1) საწარმოს სტრატეგიიდან და ბიზნესმოდელებიდან გამომდინარეობს თუ არა და როგორ, ან

- დაკავშირებულია თუ არა საწარმოს სტრატეგიასა და ბიზნესმოდელთან და როგორ და (2) გაითვალისწინება და ხელს უწყობს თუ არა საწარმოს სტრატეგიისა და ბიზნესმოდელის ადაპტაციას; და
- ბ) მომხმარებლებზე ან/და საბოლოო მომხმარებლებზე ზემოქმედებისა და **დამოკიდებულების** შედეგად წარმოქმნილ საწარმოს არსებით რისკებსა და შესაძლებლობებს და მის სტრატეგიასა და ბიზნესმოდელს შორის ურთიერთკავშირის შესახებ.
10. 48-ე პუნქტის მოთხოვნების შესრულებისას საწარმომ უნდა მიუთითოს, ESRS 2-ის შესაბამისად გამჟღავნებული ინფორმაცია მოიცავს თუ არა ყველა **მომხმარებელს** ან/და **საბოლოო მომხმარებელს**, რომელზეც შესაძლოა განხორციელდეს საწარმოს მხრიდან არსებითი ზემოქმედება, მათ შორის **ზემოქმედება**, რომელიც დაკავშირებულია საწარმოს საკუთარ ოპერაციებსა და **ღირებულებათა ჯაჭვთან**, მათ შორის მისი პროდუქციის ან მომსახურების და ასევე **საქმიანი ურთიერთობების** მეშვეობით. გარდა ამისა, საწარმომ უნდა წარმოადგინოს შემდეგი ინფორმაცია:
- ა) იმ მომხმარებლების ან/და საბოლოო მომხმარებლების ტიპების მოკლე აღწერა, რომლებიც ექვემდებარება არსებით ზემოქმედებას საწარმოს საკუთარი ოპერაციების ან მისი ღირებულებათა ჯაჭვის მეშვეობით და მიუთითოს, ვინ არიან ისინი:
- საწარმოს იმ პროდუქტების მომხმარებლები ან/და საბოლოო მომხმარებლები, რომლებიც, თავისი არსით, საზიანოა ადამიანებისთვის ან/და ზრდის ქრონიკული დაავადებების რისკს;
 - საწარმოს იმ მომსახურების მომხმარებლები ან/და საბოლოო მომხმარებლები, რომელიც პოტენციურად უარყოფითად ზემოქმედებს პირადი ცხოვრების ხელშეუხებლობის, პერსონალური მონაცემების დაცვის, აზრის გამოხატვის თავისუფლებისა და არა**დისკრიმინაციის** მათ უფლებებზე;
 - ის მომხმარებლები ან/და საბოლოო მომხმარებლები, რომლებიც დამოკიდებულები არიან პროდუქციასთან ან მომსახურებასთან დაკავშირებულ ზუსტ და ხელმისაწვდომ ინფორმაციაზე, როგორც არის, მაგალითად ინსტრუქციები და პროდუქტების ეტიკეტები, რათა თავიდან აიცილონ პროდუქტის ან მომსახურების პოტენციურად საზიანო გამოყენება;
 - ის მომხმარებლები ან/და საბოლოო მომხმარებლები, რომლებიც განსაკუთრებით მოწყვლადი არიან ჯანმრთელობაზე ან პირადი ცხოვრების ხელშეუხებლობაზე ზემოქმედების, ან მარკეტინგისა და გაყიდვების სტრატეგიით წარმოქმნილი ზემოქმედების მიმართ, როგორც არის, მაგალითად ბავშვები ან ფინანსურად დაუცველი პირები.
- ბ) არსებითი უარყოფითი ზემოქმედების შემთხვევაში – იმის აღწერა, ზემოქმედება (i) ფართოდ გავრცელებული ან სისტემური ხასიათისაა თუ არა იმ გარემოში, სადაც საწარმო ყიდის ან აწვდის თავის პროდუქტებს ან მომსახურებას (მაგალითად, სახელმწიფო ზედამხედველობა, რომელიც გავლენას ახდენს მომსახურების მომხმარებლების პირადი ცხოვრების ხელშეუხებლობაზე), თუ (ii) დაკავშირებულია ცალკეულ **ინციდენტებთან** (მაგალითად, კონკრეტულ პროდუქტთან დაკავშირებული წუნი), ან კონკრეტულ საქმიან ურთიერთობებთან (მაგალითად, რომელიც საქმიანი პარტნიორი იყენებს ისეთ მარკეტინგს, რომელიც მიზანშეუწონლად მიმართულია ახალგაზრდა მომხმარებლებზე);
- გ) არსებითი დადებითი ზემოქმედების შემთხვევაში – იმ საქმიანობების მოკლე აღწერა, რომელიც იწვევს დადებით ზემოქმედებას (მაგალითად, პროდუქტის კონსტრუქცია, რომელიც აუმჯობესებს მის ხელმისაწვდომობას შეზღუდული შესაძლებლობების ადამიანებისთვის), ასევე საწარმოს მომხმარებლების ან/და საბოლოო მომხმარებლების ტიპების მოკლე აღწერა, რომლებზეც უკვე განხორციელდა დადებითი ზემოქმედება ან შეიძლება განხორციელდეს. გარდა ამისა, საწარმოს შეუძლია ინფორმაციის გამჟღავნება იმის თაობაზე, ეს დადებითი ზემოქმედება კონკრეტულ ქვეყნებში ან რეგიონებში ხორციელდება თუ არა; და
- დ) ნებისმიერი არსებითი რისკი და შესაძლებლობა ბიზნესისთვის, რომლებიც წარმოიქმნება მომხმარებლებზე ან/და საბოლოო მომხმარებლებზე საწარმოს ზემოქმედებისა და დამოკიდებულების შედეგად.

11. *მომხმარებლების ან/და საბოლოო მომხმარებლების* იმ ძირითადი ტიპების აღწერისას, რომლებზეც ხორციელდება ან შეიძლება განხორციელდეს უარყოფითი ზემოქმედება ESRS 2-ის IRO-1 ნაწილში აღწერილი *არსებითობის* შეფასების საფუძველზე, საწარმომ უნდა გაამჟღავნოს ინფორმაცია იმის თაობაზე, ცნობილია თუ არა მისთვის, რომ შეიძლება ზიანის უფრო დიდი რისკის ქვეშ აღმოჩნდნენ ამა თუ იმ კონკრეტული მახასიათებლების მქონე მომხმარებლები ან/და საბოლოო მომხმარებლები, ან ის მომხმარებლები ან/და საბოლოო მომხმარებლები, რომლებიც იყენებენ ამა თუ იმ კონკრეტულ პროდუქციას ან მომსახურებას, ხოლო თუ ცნობილია – როგორ შეიტყო.
12. საწარმომ, შესაბამის შემთხვევაში, უნდა გაამჟღავნოს ინფორმაცია იმის თაობაზე, *მომხმარებლებზე* ან/და *საბოლოო მომხმარებლებზე* ზემოქმედებისა და *დამოკიდებულების* შედეგად წარმოქმნილი არსებითი რისკებიდან და შესაძლებლობებიდან რომელია დაკავშირებული მხოლოდ *მომხმარებლების* ან/და *საბოლოო მომხმარებლების* სპეციფიკურ ჯგუფებთან (მაგალითად, გარკვეული ასაკობრივი ჯგუფები) და არა ყველა მათგანთან.

ზემოქმედების, რისკისა და შესაძლებლობის მართვა

ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნა S4-1 – „მომხმარებლებთან და საბოლოო მომხმარებლებთან დაკავშირებული პოლიტიკები“

13. საწარმომ უნდა აღწეროს პოლიტიკა, რომელიც დადგენილი აქვს თავისი პროდუქტების ან/და მომსახურების მომხმარებლებსა და საბოლოო მომხმარებლებზე არსებითი ზემოქმედებისა და ასევე დაკავშირებული არსებითი რისკებისა და შესაძლებლობების მართვისთვის.
14. ზემოაღნიშნული მოთხოვნის მიზანია, მომხმარებლებმა ნათელი წარმოდგენა შეიქმნან იმის შესახებ, რა დონის არის საწარმოს პოლიტიკა, რომელიც კონკრეტულად დაკავშირებულია მომხმარებლებზე ან/და საბოლოო მომხმარებლებზე არსებითი *ზემოქმედების* გამოვლენასთან, შეფასებასთან, მართვასთან ან/და *რემედიაციასთან*, ასევე პოლიტიკა, რომელიც მომხმარებლებთან ან/და საბოლოო მომხმარებელთან დაკავშირებულ არსებით რისკებს ან შესაძლებლობებს ეხება.
15. მე-13 პუნქტით მოთხოვნილი ინფორმაცია უნდა მოიცავდეს ESRS 2-ის MDR-P ნაწილის – „*მდგრადობის არსებითი საკითხების მართვის მიზნით შემოღებული პოლიტიკები*“ – შესაბამისად გამჟღავნებულ ინფორმაციას საწარმოს იმ პოლიტიკის შესახებ, რომელიც განკუთვნილია *მომხმარებლებთან* ან/და *საბოლოო მომხმარებლებთან* დაკავშირებული არსებითი ზემოქმედების, რისკებისა და შესაძლებლობების მართვისთვის. გარდა ამისა, საწარმომ უნდა მიუთითოს, ამგვარი პოლიტიკა მხოლოდ მომხმარებლების ან/და საბოლოო მომხმარებლების გარკვეულ ჯგუფებზე ვრცელდება თუ ყველაზე.
16. საწარმომ უნდა აღწეროს ადამიანთა უფლებების დაცვასთან დაკავშირებული თავისი *პოლიტიკის* ის ვალდებულებები¹, რომლებიც *მომხმარებლებს* ან/და *საბოლოო მომხმარებლებს* ეხება, მათ შორის პროცესები და მექანიზმები, რომლებიც განკუთვნილია „ბიზნესისა და ადამიანის უფლებების შესახებ გაეროს სახელმძღვანელო პრინციპების“, „შრომის სფეროში ძირითადი პრინციპებისა და უფლებების შესახებ შრომის საერთაშორისო ორგანიზაციის (ILO) დეკლარაციის“ ან „მულტინაციონალური საწარმოებისთვის ეთგოს (OECD) სახელმძღვანელო მითითებების“ დაცვაზე მონიტორინგის განსახორციელებლად. ამ ინფორმაციაში მან ყურადღება უნდა გაამახვილოს ქვემოთ ჩამოთვლილ ასპექტებთან დაკავშირებულ არსებით საკითხებსა და თავის მიდგომაზე²:

1. ეს ინფორმაცია შეესაბამება საფინანსო ბაზრის იმ მონაწილეთა საინფორმაციო საჭიროებებს, რომლებზეც ვრცელდება (EU) 2019/2088 რეგულაცია, ვინაიდან გამომდინარეობს ძირითად უარყოფით ზემოქმედებასთან დაკავშირებული დამატებითი მაჩვენებლიდან, რომელიც დადგენილია მდგრადი ინვესტიციების შესახებ ინფორმაციის გამჟღავნების წესების შესახებ (EU) 2022/1288 კომისიის დელეგირებული რეგულაციის (Commission Delegated Regulation (EU) 2022/1288) I დანართის III ცხრილში მოცემული #9 მაჩვენებლით („ადამიანის უფლებებთან დაკავშირებული პოლიტიკის არარსებობა“) (“Lack of a human rights policy”).
2. ეს ინფორმაცია შეესაბამება საფინანსო ბაზრის იმ მონაწილეთა საინფორმაციო საჭიროებებს, რომლებზეც ვრცელდება (EU) 2019/2088 რეგულაცია, ვინაიდან გამომდინარეობს ძირითად უარყოფით ზემოქმედებასთან დაკავშირებული სავალდებულო მაჩვენებლიდან, რომელიც დადგენილია მდგრადი ინვესტიციების შესახებ ინფორმაციის გამჟღავნების წესების შესახებ (EU) 2022/1288 კომისიის დელეგირებული რეგულაციის (Commission Delegated Regulation (EU) 2022/1288) I დანართის I ცხრილში მოცემული #11 მაჩვენებლით.

- ა) მომხმარებლების ან/და საბოლოო მომხმარებლების უფლებების დაცვა;
 - ბ) ურთიერთქმედება მომხმარებლებთან ან/და საბოლოო მომხმარებლებთან; და
 - გ) ღონისძიებები, რომლებიც მიმართულია ადამიანის უფლებებზე ზემოქმედების *რემედიაციის* უზრუნველყოფაზე ან/და რემედიაციის ხელშეწყობაზე.
17. საწარმომ უნდა გაამყდავნოს ინფორმაცია იმის თაობაზე, *მომხმარებლებთან* ან/და *საბოლოო მომხმარებლებთან* დაკავშირებული მისი პოლიტიკა შეესაბამება თუ არა და რამდენად საერთაშორისოდ აღიარებულ ინსტრუმენტებს, რომლებიც ეხება მომხმარებლებს ან/და საბოლოო მომხმარებლებს, მათ შორის „ბიზნესისა და ადამიანის უფლებების შესახებ გაეროს სახელმძღვანელო პრინციპებს“. გარდა ამისა, უნდა აღწეროს, რა მოცულობით დაფიქსირდა მის დადგენილ *ღირებულებათა ჯაჭვში* მომხმარებლებთან ან/და საბოლოო მომხმარებლებთან დაკავშირებული „გაეროს სახელმძღვანელო პრინციპების“, „შრომის სფეროში ძირითადი პრინციპებისა და უფლებების შესახებ შრომის საერთაშორისო ორგანიზაციის (ILO) დეკლარაციის“ ან „მულტინაციონალური საწარმოებისთვის ეთგოს (OECD) სახელმძღვანელო მითითებების“ დარღვევის შემთხვევები და, როდესაც შესაფერისია, მიუთითოს ამგვარი შემთხვევების ხასიათი³.

ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნა S4-2 – „მომხმარებლებთან ან/და საბოლოო მომხმარებლებთან ურთიერთქმედების პროცესები ზემოქმედებასთან დაკავშირებით“

18. საწარმომ უნდა აღწეროს საერთო პროცესები, რომლებიც განკუთვნილია *მომხმარებლებთან* ან/და *საბოლოო მომხმარებლებსა* და მათ წარმომადგენლებთან ურთიერთქმედებისთვის მათზე ფაქტობრივ და პოტენციურ ზემოქმედებასთან დაკავშირებით.
19. ინფორმაციის გამჟღავნების წინამდებარე მოთხოვნის მიზანია, მომხმარებლებმა ნათელი წარმოდგენა შეიქმნან იმის შესახებ, საწარმო, უწყვეტი კომპლექსური შემოწმების პროცესის ფარგლებში, ურთიერთქმედებს თუ არა და როგორ *მომხმარებლებთან* ან/და *საბოლოო მომხმარებლებთან*, მათ კანონიერ წარმომადგენლებთან ან *ნდობით აღჭურვილ პირებთან* ისეთ არსებით ფაქტობრივ და პოტენციურ დადებით ან/და უარყოფით ზემოქმედებასთან დაკავშირებით, რომელიც გავლენას ახდენს მათზე ან შეიძლება მოახდინოს, ასევე მომხმარებლისა ან/და საბოლოო მომხმარებლების მოსაზრებები გაითვალისწინება თუ არა და როგორ საწარმოს გადაწყვეტილებების მიღების პროცესებში.
20. საწარმომ უნდა გაამჟღავნოს ინფორმაცია იმის თაობაზე, *მომხმარებლების* ან/და *საბოლოო მომხმარებლების* მოსაზრებები გავლენას ახდენს თუ არა და როგორ საწარმოს იმ გადაწყვეტილებებზე ან ქმედებებზე, რომლებიც მიმართულია მომხმარებლებზე ან/და საბოლოო მომხმარებლებზე მისი ფაქტობრივი და პოტენციური ზემოქმედების მართვაზე. შესაბამის შემთხვევაში, ეს ინფორმაცია უნდა მოიცავდეს შემდეგი საკითხების ახსნას:
- ა) ზემოქმედების ქვეშ მყოფ მომხმარებლებთან ან/და საბოლოო მომხმარებლებთან ან მათ *კანონიერ წარმომადგენლებთან* ურთიერთქმედება პირდაპირ ხორციელდება თუ *ნდობით აღჭურვილი პირების* მეშვეობით, რომელთათვისაც ცნობილია მათი სიტუაცია;
 - ბ) სტადია (სტადიები), როდესაც ხორციელდება ურთიერთქმედება, ურთიერთქმედების ტიპი და სიხშირე;

3. ეს ინფორმაცია შეესაბამება საფინანსო ბაზრის იმ მონაწილეების საინფორმაციო საჭიროებებს, რომლებზეც ვრცელდება (EU) 2019/2088 რეგულაცია, ვინაიდან გამომდინარეობს ძირითად უარყოფით ზემოქმედებასთან დაკავშირებული სავალდებულო მაჩვენებლიდან, რომელიც დადგენილია მდგრადი ინვესტიციების შესახებ ინფორმაციის გამჟღავნების წესების შესახებ („გაეროს გლობალური შეთანხმების პრინციპებისა და მულტინაციონალური საწარმოებისთვის ეთგოს სახელმძღვანელო მითითებების დარღვევა“) (“Violations of UN Global Compact principles and Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) Guidelines for Multinational Enterprises”) (EU) 2022/1288 კომისიის დელეგირებული რეგულაციის (Commission Delegated Regulation (EU) 2022/1288) I დანართის I ცხრილში მოცემული #10 მაჩვენებლით“ და ასევე შედარებით ანალიზის ადმინისტრატორების საინფორმაციო საჭიროებებს, გარემოსდაცვითი, სოციალური და მმართველობითი (ESG) ფაქტორების გამჟღავნების საკითხში (EU) 2020/1816 რეგულაციის შესაბამისად, როგორც ეს დადგენილია მაჩვენებლებით: „შესადარებელი კომპონენტების რაოდენობა, რომლებზეც ვრცელდება სოციალური დარღვევები (აბსოლუტური და ფარდობითი რიცხვი, გაყოფილი ყველა შესადარებელ კომპონენტზე), როგორც მითითებულია საერთაშორისო ხელშეკრულებებსა და კონვენციებში, გაეროს პრინციპებში და, შესაბამის შემთხვევაში, ადგილობრივ კანონმდებლობაში“, II დანართის 1 და 2 განყოფილებაში.

- გ) საწარმოში არსებული ფუნქცია და ყველაზე მაღალი თანამდებობა, რომელსაც ოპერატიული პასუხისმგებლობა ეკისრება ამ ურთიერთქმედების უზრუნველყოფასა და იმაზე, რომ შედეგები ასახავდეს საწარმოს მიდგომას;
 - დ) როდესაც შესაფერისია, როგორ აფასებს საწარმო მომხმარებლებთან ან/და საბოლოო მომხმარებლებთან თავისი ურთიერთქმედების ეფექტიანობას, მათ შორის, ამა თუ იმ შეთანხმებას ან შეთანხმებით მიღწეულ შედეგს, (ამგვარი შეთანხმებების არსებობის შემთხვევაში).
21. შესაბამის შემთხვევაში, საწარმომ უნდა გაამყავნოს ინფორმაცია იმ ქმედებების შესახებ, რომელთაც იყენებს ინფორმაციის მოსაპოვებლად იმ **მომხმარებლების** ან/და **საბოლოო მომხმარებლების** მოსაზრებების შესახებ, რომლებიც ზემოქმედების მიმართ შესაძლოა განსაკუთრებით მოწყვლადი იყვნენ ან/და მარგინალურები (მაგალითად, შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ადამიანები, ბავშვები და ა.შ.)
22. თუ საწარმოს არ შეუძლია ზემოთ მითითებული სავალდებულო ინფორმაციის გამჟღავნება იმის გამო, რომ დადგენილი არა აქვს **მომხმარებლებთან** ან/და **საბოლოო მომხმარებლებთან** ურთიერთქმედების საერთო პროცესი, მან უნდა უნდა გაამჟღავნოს თავად ეს ფაქტი. საწარმოს შეუძლია მიუთითოს ვადები, რომლის განმავლობაშიც განზრახული აქვს ამ პროცესის დანერგვა.

ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნა S4-3 – „უარყოფითი ზემოქმედების რემედიაციის პროცესები და არხები, რომლის მეშვეობით მომხმარებლებსა და საბოლოო მომხმარებლებს შეუძლიათ თავიანთი პრობლემების შესახებ საწარმოს ინფორმირება“

23. საწარმომ უნდა აღწეროს პროცესები, რომლებიც დადგენილი აქვს იმ მომხმარებლებსა და საბოლოო მომხმარებლებზე უარყოფითი ზემოქმედების რემედიაციის უზრუნველსაყოფად ან რემედიაციაში თანამშრომლობისთვის, რომელთანაც დაკავშირებულია საწარმო, ასევე მომხმარებლებისა და საბოლოო მომხმარებლებისთვის ხელმისაწვდომი არხები, რომლის მეშვეობით მათ შეუძლიათ თავიანთი პრობლემების ინფორმირება და მოგვარება.
24. ინფორმაციის გამჟღავნების წინამდებარე მოთხოვნის მიზანია, მომხმარებლებმა ნათელი წარმოდგენა შეიქმნან იმ ფორმალური საშუალებების შესახებ, რომლის მეშვეობით **მომხმარებლებს** ან/და **საბოლოო მომხმარებლებს** შეუძლიათ, უშუალოდ საწარმოს აცნობონ თავიანთი პრობლემებისა და საჭიროებების შესახებ, ან/და რომლის მეშვეობით საწარმო ხელს უწყობს ასეთ არხებთან (მაგალითად, **საჩივრების მართვის მექანიზმებთან**) წვდომას თავისი საქმიანი ურთიერთობების მეშვეობით, ასევე იმის თაობაზე, როგორ ხორციელდება კონტროლი ამ მომხმარებლების ან/და საბოლოო მომხმარებლების მიერ წამოჭრილი პრობლემების მოგვარებასა და ასევე ამ არხების ეფექტიანობაზე.
25. საწარმომ უნდა აღწეროს:
- ა) საერთო მიდგომა და პროცესები, რომლებიც განკუთვნილია **რემედიაციის** ზომების გასატარებლად ან ამგვარ ზომებში მონაწილეობის მისაღებად, თუ საწარმომ გამოიწვია ან ხელი შეუწყო **მომხმარებლებზე** ან/და **საბოლოო მომხმარებლებზე** არსებით უარყოფით **ზემოქმედებას**, მათ შორის, საწარმო აფასებს თუ არა და როგორ გატარებული რემედიაციის ზომების ქმედითობას;
 - ბ) ნებისმიერი კონკრეტული არხი, რომელიც საწარმოს აქვს იმისთვის, რომ მომხმარებლებმა ან/და საბოლოო მომხმარებლებმა უშუალოდ მას აცნობონ თავიანთი პრობლემების ან საჭიროებების შესახებ და მოუგვარო ისინი, მათ შორის, თვითონ საწარმოს მიერ არის თუ არა შექმნილი ეს არხები ან/და მესამე მხარეთა მიერ შექმნილ მექანიზმებში ჩართულობით;
 - გ) პროცესები, რომლის მეშვეობით საწარმო ხელს უწყობს ამგვარ არხებთან წვდომას თავისი საქმიანი ურთიერთობების მეშვეობით; და
 - დ) როგორ ახორციელებს საწარმო დაყენებულ პრობლემებსა და მათი მოგვარების მდგომარეობაზე თვალყურის დევნებას და მონიტორინგს და როგორ უზრუნველყოფს ამ არხების ეფექტიანობას, მათ შორის იმ **დაინტერესებული მხარეების** მონაწილეობით, რომლებიც გამიზნული **მომხმარებლები** არიან.
26. საწარმომ უნდა გაამჟღავნოს ინფორმაცია იმის შესახებ, ის აფასებს/ადგენს თუ არა და როგორ იმას, რომ **მომხმარებლების** ან/და **საბოლოო მომხმარებლებლებისთვის** ცნობილია ეს სტრუქტურები

ან პროცესები და ისინი ენდობიან მათ, როგორც თავიანთი პრობლემების ან საჭიროებების ინფორმირებისა და მოგვარების მექანიზმებს. გარდა ამისა, საწარმომ უნდა მიუთითოს, აქვს თუ არა მას შურისგების აქტისგან იმ პირთა დაცვის პოლიტიკა, რომლებიც ამ მექანიზმებს იყენებენ. თუ ასეთი ინფორმაცია საწარმოს უკვე გამჟღავნებული აქვს ESRS G1-1-ის შესაბამისად, მას შეუძლია მიუთითოს ეს ინფორმაცია.

27. თუ საწარმომ არ შეუძლია ზემოთ მითითებული სავალდებულო ინფორმაციის გამჟღავნება იმის გამო, რომ მას არა აქვს შექმნილი არხი პრობლემების შესახებ ინფორმირებისთვის ან/და იგი ხელს არ უწყობს ამგვარი მექანიზმების შექმნას თავის საქმიანი ურთიერთობებში, მაშინ მან უნდა გაამჟღავნოს თავად ეს ფაქტი. საწარმომ შეუძლია მიუთითოს ვადა, რომლის განმავლობაშიც განზრახული აქვს ასეთი არხის ან პროცესების დანერგვა.

ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნა S4-4 – „ზომების მიღება მომხმარებლებსა და საბოლოო მომხმარებლებზე არსებით ზემოქმედებასთან დაკავშირებით, ასევე მომხმარებლებსა და საბოლოო მომხმარებლებთან დაკავშირებული არსებითი რისკების მართვისა და არსებითი შესაძლებლობების გამოყენების მიდგომები და ამ ქმედებების ეფექტიანობა“

28. საწარმომ უნდა გაამჟღავნოს ინფორმაცია იმის თაობაზე, როგორ ატარებს ის ზომებს მომხმარებლებსა და საბოლოო მომხმარებლებზე არსებითი ზემოქმედების აღმოსაფხვრელად და მომხმარებლებსა და საბოლოო მომხმარებლებთან დაკავშირებული არსებითი რისკების მართვისა და არსებითი შესაძლებლობების გამოყენებისთვის, ასევე ამ ქმედებების ეფექტიანობის შესახებ.

29. ინფორმაციის გამჟღავნების ზემოაღნიშნულ მოთხოვნას ორმაგი მიზანი აქვს. პირველი, ამ ინფორმაციამ მომხმარებლებს საშუალება უნდა მისცეს, ნათელი წარმოდგენა შეიქმნან საწარმოს იმ ქმედებებისა და ინიციატივების შესახებ, რომლის მეშვეობითაც ის ცდილობს:

- ა) *მომხმარებლებზე* ან/და *საბოლოო მომხმარებლებზე* უარყოფითი არსებითი ზემოქმედების პრევენციას, შერბილებას ან/და *რემედიაციას*; ან/და
- ბ) მიაღწიოს მომხმარებლებზე ან/და საბოლოო მომხმარებლებზე დადებით არსებით ზემოქმედებას.

მეორე, ამ ინფორმაციის მეშვეობით მომხმარებლებისთვის გასაგები უნდა გახდეს, როგორ რეაგირებს საწარმო მომხმარებლებთან ან/და საბოლოო მომხმარებლებთან დაკავშირებულ არსებით *რისკებზე* და როგორ იყენებს არსებით *შესაძლებლობებს*.

30. საწარმომ ESRS 2-ის MDR-A ნაწილის – „*მდგრადობის არსებით საკითხებთან დაკავშირებული ქმედებები და რესურსები*“ – შესაბამისად უნდა წარმოადგინოს სამოქმედო გეგმისა და იმ რესურსების მოკლე აღწერა, რომლებიც გამიზნულია *მომხმარებლებთან* და *საბოლოო მომხმარებლებთან* დაკავშირებული არსებითი ზემოქმედების, რისკებისა და შესაძლებლობების მართვისთვის.

31. არსებით ზემოქმედებასთან დაკავშირებით საწარმომ უნდა აღწეროს:

- ა) უკვე განხორციელებული, დაგეგმილი ან განხორციელების პროცესში მყოფი *ქმედებები*, რომლებიც მიმართულია *მომხმარებლებზე* ან/და *საბოლოო მომხმარებლებზე* უარყოფითი არსებითი ზემოქმედების პრევენციაზე, შერბილებაზე ან რემედიაციაზე;
- ბ) გაატარა თუ არა რაიმე ზომები და როგორ არსებითი ფაქტობრივი ზემოქმედების რემედიაციისთვის ან *რემედიაციის* ხელშეწყობის მიზნით;
- გ) ნებისმიერი დამატებითი *ქმედება* ან ინიციატივა, რომლის ძირითადი მიზანია დადებითი წვლილის შეტანა *მომხმარებლების* ან/და *საბოლოო მომხმარებლებისთვის* სოციალური შედეგების გაუმჯობესების საქმეში; და
- დ) როგორ ახორციელებს ის ამ *ქმედებებისა* და ინიციატივების ეფექტიანობაზე თვალყურის დევნებას და მის შეფასებას, *მომხმარებლების* ან/და *საბოლოო მომხმარებლებისთვის* დასახული შედეგების მიღწევის კუთხით.

32. 28-ე პუნქტთან დაკავშირებით საწარმომ უნდა აღწეროს:

- ა) პროცესები, რომლის მეშვეობითაც განსაზღვრავს, რა ქმედებებია აუცილებელი და შესაფერისი **მომხმარებლებთან** ან/და **საბოლოო მომხმარებლებთან** დაკავშირებულ კონკრეტულ ფაქტობრივ ან პოტენციურ უარყოფით ზემოქმედებაზე რეაგირებისთვის;
 - ბ) მიდგომები, რომელთაც იყენებს ამა თუ იმ ქმედების განსახორციელებლად მომხმარებლებზე ან/და საბოლოო მომხმარებლებზე კონკრეტულ არსებით უარყოფით ზემოქმედებასთან დაკავშირებით, მათ შორის ნებისმიერი ქმედება, რომელიც დაკავშირებულია პროდუქტის შექმნის/დაპროექტების, მარკეტინგის ან გაყიდვების მის მიდგომებთან, ასევე აუცილებელია თუ არა უფრო ფართო დარგობრივი ან ერთობლივი ქმედებების განხორციელება სხვა შესაფერის მხარეებთან ერთად; და
 - გ) როგორ უზრუნველყოფს ის, რომ არსებითი უარყოფითი ზემოქმედების შემთხვევაში **რემედიაციის** ან **რემედიაციის ხელშეწყობისთვის** განკუთვნილი პროცესები ხელმისაწვდომი იყოს, ხოლო რეალიზებისა და შედეგების თვალსაზრისით – ქმედითი.
33. არსებით რისკებსა და შესაძლებლობებთან დაკავშირებით საწარმომ უნდა აღწეროს:
- ა) რა ქმედებები იგეგმება ან ხორციელდება საწარმოს არსებითი რისკების შესარბილებლად, რომლებიც წარმოიშობა **მომხმარებლებზე** ან/და **საბოლოო მომხმარებლებზე** მისი ზემოქმედებისა და **დამოკიდებულების** შედეგად და როგორ უზრუნველყოფს ის მათ ეფექტიანობაზე თვალყურის დევნებას პრაქტიკაში; და
 - ბ) რა ქმედებები იგეგმება ან ხორციელდება **მომხმარებლებთან** ან/და **საბოლოო მომხმარებლებთან** დაკავშირებული საწარმოს არსებითი შესაძლებლობების გამოყენებისთვის.
34. საწარმომ უნდა გაამჟღავნოს ინფორმაცია იმის თაობაზე, ატარებს თუ არა ის რაიმე ზომებს და როგორ იმისთვის, რომ თავიდან აიცილოს **მომხმარებლებზე** ან/და **საბოლოო მომხმარებლებზე** არსებითი უარყოფითი ზემოქმედების წარმოქმნა ან ამგვარი ზემოქმედების ხელშეწყობა საკუთარი ბიზნესმიდგომების მეშვეობით, მათ შორის, რომლებიც დაკავშირებულია მარკეტინგთან, გაყიდვებსა და მონაცემების გამოყენებასთან. ეს ინფორმაცია შესაძლოა მოიცავდეს იმ მიდგომის აღწერას, რომელსაც საწარმო იმ შემთხვევაში იყენებს, როდესაც წინააღმდეგობა წარმოიქმნება არსებითი უარყოფითი ზემოქმედების პრევენციას ან შერბილებასა და ბიზნესის მხრიდან სხვა ზეწოლას შორის.
35. როდესაც ზემოაღნიშნულ ინფორმაციას ამზადებს, საწარმომ უნდა გაითვალისწინოს, მას აცნობეს თუ არა ადამიანის უფლებებთან დაკავშირებული სერიოზული პრობლემებისა და **ინციდენტების** შესახებ, რომლებიც **მომხმარებლებს** ან/და **საბოლოო მომხმარებლებს** ეხება, ხოლო თუ ასეა, უნდა გაამჟღავნოს ეს ინფორმაცია.⁴
36. თუ საწარმო ამა თუ იმ ქმედების ეფექტიანობას სამიზნე მაჩვენებლის დადგენის მეშვეობით აფასებს, მან 32(გ) პუნქტით მოთხოვნილი ინფორმაციის გამჟღავნებისას უნდა გაითვალისწინოს ESRS 2-ის MDR-T ნაწილის – „**პოლიტიკებისა და ქმედებების ეფექტიანობისთვის თვალყურის დევნება** სამიზნე მაჩვენებლების საშუალებით“ – მოთხოვნები.
37. საწარმომ უნდა გაამჟღავნოს ინფორმაცია მისი არსებითი ზემოქმედების მართვისთვის გამოყოფილი რესურსების შესახებ, ასევე ნებისმიერი სხვა ინფორმაცია, რომლის მეშვეობით **მომხმარებლები** ნათელ წარმოდგენას შეიქმნიან იმის შესახებ, როგორ მართავს საწარმო არსებით ზემოქმედებას.

მდგრადობის მაჩვენებლები და სამიზნე მაჩვენებლები

ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნა S4-5 – „არსებითი უარყოფითი ზემოქმედების მართვასთან, დადებითი ზემოქმედების გაუმჯობესებასა და არსებითი რისკებისა და შესაძლებლობების

4. ეს ინფორმაცია შეესაბამება საფინანსო ბაზრის იმ მონაწილეთა საინფორმაციო საჭიროებებს, რომლებზეც ვრცელდება (EU) 2019/2088 რეგულაცია, ვინაიდან გამომდინარეობს ძირითად უარყოფით ზემოქმედებასთან დაკავშირებული დამატებითი მაჩვენებლიდან, რომელიც დადგენილია მდგრადი ინვესტიციების შესახებ ინფორმაციის გამჟღავნების წესების შესახებ (EU) 2022/1288 კომისიის დელეგირებული რეგულაციის (Commission Delegated Regulation (EU) 2022/1288) I დანართის III ცხრილში მოცემული #14 მაჩვენებლით („ადამიანის უფლებების სერიოზული დარღვევების გამოვლენილი შემთხვევებისა და ინციდენტების რაოდენობა“) (“Number of identified cases of severe human rights issues and incidents”).

მართვასთან დაკავშირებული სამიზნე მაჩვენებლები

38. საწარმომ უნდა გაამჟღავნოს ინფორმაცია დროით შეზღუდული და შედეგზე ორიენტირებული სამიზნე მაჩვენებლების შესახებ, რომლებიც შესაძლოა დადგენილი აქვს შემდეგ ასპექტებთან მიმართებით:
- ა) *მომხმარებლებზე ან/და საბოლოო მომხმარებლებზე უარყოფითი ზემოქმედების შემცირება;* ან/და
 - ბ) *მომხმარებლებზე ან/და საბოლოო მომხმარებლებზე დადებითი ზემოქმედების გაუმჯობესება;* ან/და
 - გ) *მომხმარებლებთან ან/და საბოლოო მომხმარებლებთან დაკავშირებული არსებითი რისკებისა და შესაძლებლობების მართვა.*
39. ინფორმაციის გამჟღავნების წინამდებარე მოთხოვნის მიზანია, მომხმარებლებმა ნათელი წარმოდგენა შეიქმნან იმის შესახებ, როგორ იყენებს საწარმო დროით შეზღუდულ და შედეგებზე ორიენტირებულ *სამიზნე მაჩვენებლებს* არსებითი უარყოფითი ზემოქმედების აღმოფხვრის სტიმულირებისა და ამ კუთხით მიღწეული პროგრესის გასაზომად, ან/და *მომხმარებლებზე ან/და საბოლოო მომხმარებლებზე* დადებითი ზემოქმედების გასაუმჯობესებლად, ან/და *მომხმარებლებთან ან/და საბოლოო მომხმარებლებთან* დაკავშირებული არსებითი რისკებისა და შესაძლებლობების მართვისთვის.
40. *მომხმარებლებთან ან/და საბოლოო მომხმარებლებთან* დაკავშირებული საწარმოს არსებითი *ზემოქმედების, რისკებისა და შესაძლებლობების* მართვისთვის განკუთვნილი *სამიზნე მაჩვენებლების* მოკლე აღწერა უნდა მოიცავდეს ESRS 2-ის MDR-T ნაწილის მოთხოვნების შესაბამის ინფორმაციას.
41. საწარმომ უნდა აღწეროს პროცესი, რომელსაც იყენებს *სამიზნე მაჩვენებლების* დასადგენად, მათ შორის, საწარმო ურთიერთქმედებდა თუ არა როგორ უშუალოდ *მომხმარებლებთან ან/და საბოლოო მომხმარებლებთან*, მათ კანონიერ წარმომადგენლებთან ან *ნდობით აღჭურვილ პირებთან*, რომელთათვისაც ცნობილია მათი სიტუაცია:
- ა) რომელიმე ამგვარი სამიზნე მაჩვენებლების დადგენისას;
 - ბ) ამ მაჩვენებლების შესრულებაში საწარმოს მიერ მიღწეულ შედეგებზე თვალყურის დევნებისას; და
 - გ) საწარმოს საქმიანობის შედეგად გამოტანილი ნებისმიერი გავრცელების ან გაუმჯობესების დადგენისას, თუ ასეთი არსებობს.

დანართი ა: გამოყენების მოთხოვნები

წინამდებარე დანართი ESRS S4-ის – „*მომხმარებლები და საბოლოო მომხმარებლები*“ – განუყოფელი ნაწილია. იგი ხელს უწყობს წინამდებარე სტანდარტით დადგენილი ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნების პრაქტიკაში გამოყენებას და იგივე ძალა აქვს, რაც ESRS S3-ის დანარჩენ ნაწილებს.

მიზანი

- გმ1. საწარმოს შეუძლია ცალკე გამოყოს შედარებით მოკლევადიანი პერიოდის არსებით ზემოქმედებასთან დაკავშირებული სპეციფიკური საკითხები, მაგალითად, ინიციატივა, რომელიც ეხება *მომხმარებლების ან/და საბოლოო მომხმარებლების* ჯანმრთელობას და უსაფრთხოებას პროდუქტის დაბინძურებასთან ან პირადი ცხოვრების ხელშეუხებლობის უფლების სერიოზულ დარღვევებთან დაკავშირებით, რაც გამოწვეულია მონაცემების მასობრივი გაჟონვით.
- გმ2. მე-2 პუნქტში განხილული სოციალური და ადამიანის უფლებებთან დაკავშირებული საკითხების მიმოხილვა არ გულისხმობს იმას, რომ ყველა ამ საკითხის შესახებ ცალ-ცალკე უნდა იყოს გამჟღავნებული ინფორმაცია წინამდებარე სტანდარტის ინფორმაციის გამჟღავნების ყველა მოთხოვნის ფარგლებში. სინამდვილეში, ეს იმ საკითხების ჩამონათვალია, რომლებიც საწარმომ უნდა

გაითვალისწინოს მომხმარებლებთან ან/და საბოლოო მომხმარებლებთან დაკავშირებული არსებითობის შეფასებისას (იხ. ESRS 1-ის მე-3 თავი – „ორმაგი არსებითობა“, რის საფუძველზეც მქვავნდება მდგრადობის შესახებ ინფორმაცია და ასევე ESRS 2-ის ნაწილი IRO-1) და შემდეგ გაამქვავნოს ინფორმაცია იმ არსებითი ზემოქმედების, რისკებისა და შესაძლებლობების შესახებ, რომლებიც განეკუთვნება წინამდებარე სტანდარტის მოქმედების სფეროს.

ESRS 2 – „ინფორმაციის გამქვავნების საერთო მოთხოვნები“

სტრატეგია

ESRS 2-ის SBM-2 ნაწილთან – „დაინტერესებულ მხარეთა ინტერესები და მოსაზრებები“ – დაკავშირებული ინფორმაციის გამქვავნების მოთხოვნა

- გმ3. ESRS 2-ის SBM-2 ნაწილის ინფორმაციის გამქვავნების მოთხოვნის მიზანია, მომხმარებლებმა ნათელი წარმოდგენა შეიქმნან იმის შესახებ, საწარმო განიხილავს და ითვალისწინებს თუ არა და როგორ, რა როლს თამაშობს მისი სტრატეგია და ბიზნესმოდელი **მომხმარებლებზე** ან/და **საბოლოო მომხმარებლებზე** მნიშვნელოვანი არსებითი ზემოქმედების წარმოქმნაში, გამწვავებაში ან (პირიქით) შერბილებაში, ასევე მისი ბიზნესმოდელი და სტრატეგია მიესადაგება თუ არა და როგორ ამგვარი არსებითი ზემოქმედების აღმოფხვრის მიზანს.
- გმ4. მართალია, **მომხმარებლები** ან/და **საბოლოო მომხმარებლები** შესაძლოა საწარმოსთან არ ურთიერთქმედებდნენ მისი სტრატეგიის ან ბიზნესმოდელის დონეზე, მაგრამ მათმა მოსაზრებებმა შეიძლება გავლენა იქონიოს საწარმოს მიერ თავისი სტრატეგიისა და ბიზნესმოდელის შეფასებაზე. საწარმოს შეუძლია გაამქვავნოს იმ მომხმარებლების ან/და საბოლოო მომხმარებლების **კანონიერი წარმომადგენლების** მოსაზრებები (ფაქტობრივი ან პოტენციური), რომლებზეც განხორციელდა არსებითი ზემოქმედება, ან იმ **ნდობით აღჭურვილ პირთა** მოსაზრებები, რომელთათვისაც ცნობილია მათი სიტუაცია.

ESRS 2-ის SBM-3 ნაწილთან – „არსებითი ზემოქმედება, რისკები და შესაძლებლობები და მათი ურთიერთქმედება სტრატეგიასა და ბიზნესმოდელთან“ – დაკავშირებული ინფორმაციის გამქვავნების მოთხოვნა

- გმ5. **მომხმარებლებზე** ან/და **საბოლოო მომხმარებლებზე** ზემოქმედება საწარმოს სტრატეგიის ან **ბიზნესმოდელის** ფარგლებში შეიძლება სხვადასხვა მიმართულებით წარმოიქმნას. მაგალითად, ზემოქმედება შესაძლოა დაკავშირებული იყოს საწარმოს სპეციალურ შეთავაზებასთან (მაგალითად, ონლაინ პლატფორმების შექმნა, რომელსაც შეუძლია ონლაინ ან ოფლაინ ზიანის მიყენება), მის **ღირებულებათა ჯაჭვთან** (მაგალითად, ისეთი პროდუქტების ან მომსახურების შექმნის ან პროექტების რეალიზების სისწრაფით, რომლებსაც გააჩნია ჯანმრთელობასა და შრომის უსაფრთხოებასთან დაკავშირებული რისკები), ან დანახარჯების სტრუქტურასა და ამონაგების მოდელთან (მაგალითად, გაყიდვების მაქსიმალურად გაზრდაზე მიმართული ისეთი მასტიმულირებელი ქმედებებით, რომლებიც მომხმარებლებს რისკის წინაშე აყენებს).
- გმ6. **მომხმარებლებზე** ან/და **საბოლოო მომხმარებლებზე** საწარმოს სტრატეგიით ან ბიზნესმოდელით განპირობებულმა ზემოქმედებამ შესაძლოა საწარმოც დააყენოს არსებითი **რისკების** წინაშე. მაგალითად, თუ საწარმოს ბიზნესმოდელი ეყრდნობა მისი გაყიდვების პერსონალის სტიმულირებას დიდი მოცულობის პროდუქციის ან მომსახურების სწრაფი გაყიდვების მისაღწევად (მაგალითად, საკრედიტო ბარათები ან ტკივილგამაყუჩებელი მედიკამენტები) და ეს ფართომასშტაბიან ზიანს იწვევს მომხმარებლებისთვის, საწარმო შესაძლოა აღმოჩნდეს სასამართლო პროცესების წინაშე და ზიანი მიადგეს მის რეპუტაციას, რაც გავლენას იქონიებს მომავალ ბიზნესსა და ავტორიტეტზე/ნდობაზე.
- გმ7. **მომხმარებლების** ან/და **საბოლოო მომხმარებლების** განსაკუთრებული მახასიათებლები, რომლის გათვალისწინება და განხილვა საწარმოს შეუძლია მე-11 პუნქტის შესაბამისი ინფორმაციის მომზადებისას, შესაძლოა ეხებოდეს ახალგაზრდა მომხმარებლებს ან/და საბოლოო მომხმარებლებს,

რომლებიც შესაძლოა უფრო მოწყვლადი იყვნენ ფიზიკურ და გონებრივ განვითარებაზე ზემოქმედების თვალსაზრისით, ან იმ მომხმარებლებს ან/და საბოლოო მომხმარებლებს, რომელთაც არა აქვთ ფინანსური განათლება და შესაძლოა უფრო მგრძობიარენი იყვნენ გაყიდვების ან მარკეტინგის აგრესიული მეთოდების მიმართ, ასევე ქალებს ისეთ გარემოში, სადაც ქალები რეგულარულად განიცდიან დისკრიმინაციას კონკრეტულ მომსახურებაზე წვდომის თვალსაზრისით ან გარკვეული პროდუქტების გაყიდვისას.

გმ8. რაც შეეხება მე-12 პუნქტს, **რისკები** შესაძლოა წარმოიქმნას ასევე **მომხმარებლებზე** ან/და **საბოლოო მომხმარებლებზე** საწარმოს დამოკიდებულების გამო, როდესაც დაბალი ალბათობის მქონე მოვლენებმა, რომელთაც სერიოზული შედეგები მოჰყვება, შეიძლება **ფინანსური შედეგები** გამოიწვიოს, მაგალითად, როდესაც გლობალური პანდემია სერიოზულ ზემოქმედებას იწვევს გარკვეული მომხმარებლების საარსებო საშუალებებზე, რაც, თავის მხრივ, მოხმარების მოდელის მნიშვნელოვან ცვლილებებს იწვევს.

ზემოქმედების, რისკისა და შესაძლებლობის მართვა

ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნა S4-1 – „მომხმარებლებთან და საბოლოო მომხმარებლებთან დაკავშირებული პოლიტიკები“

გმ9. აღწერაში გათვალისწინებული უნდა იყოს ძირითადი ინფორმაცია, რომელიც აუცილებელია **მომხმარებლებთან** და **საბოლოო მომხმარებლებთან** დაკავშირებული პოლიტიკის სამართლიანი წარდგენის მისაღწევად და, მათთან, საწარმომ უნდა გაითვალისწინოს საანგარიშგებო წლის განმავლობაში ამ პოლიტიკაში განხორციელებული მნიშვნელოვანი ცვლილებების ახსნა (მაგალითად, საწარმოს მომხმარებლების ახალი მოლოდინები, კომპლექსური შემოწმებისა და რემედიაციის ახალი ან დამატებითი მიდგომები).

გმ10. **მომხმარებლებთან** ან/და **საბოლოო მომხმარებლებთან** დაკავშირებული საწარმოს **პოლიტიკა** შესაძლოა იზოლირებული პოლიტიკა იყოს ან ინტეგრირებული იყოს უფრო ფართო დოკუმენტში, როგორც არის, მაგალითად ეთიკის კოდექსი ან მდგრადი განვითარების გენერალური პოლიტიკა, რის შესახებაც საწარმოს ინფორმაცია უკვე გამჟღავნებული აქვს რომელიმე სხვა ESRS-ის მოთხოვნების შესაბამისად. ასეთ შემთხვევაში საწარმომ ზუსტად უნდა მიუთითოს ეს ინფორმაცია, რათა გამოჩნდეს პოლიტიკის ის ასპექტები, რომლებიც აკმაყოფილებს ინფორმაციის გამჟღავნების წინამდებარე მოთხოვნას.

გმ11. როდესაც ინფორმაციას ამჟღავნებს „ბიზნესისა და ადამიანის უფლებების შესახებ გაეროს სახელმძღვანელო პრინციპებთან“ თავისი პოლიტიკის შესაბამისობის შესახებ, საწარმომ უნდა გაითვალისწინოს, რომ ეს სახელმძღვანელო პრინციპები ადამიანთა უფლებების საერთაშორისო ბილს ეხება, რომელიც შედგება ადამიანის უფლებების საყოველთაო დეკლარაციისა და ორი პაქტისაგან, რომლის მეშვეობითაც ხდება მათი პრაქტიკაში რეალიზება. ამიტომ საწარმოს ინფორმაციის გამჟღავნება შეუძლია ამ ინსტრუმენტებით გათვალისწინებული რეკომენდაციების დაცვის შესახებ.

გმ12. როდესაც ინფორმაციას ამჟღავნებს იმის თაობაზე, როგორ არის ინტეგრირებული საწარმოში საგარეო პოლიტიკა, საწარმოს შეუძლია განიხილოს მაგალითად, გაყიდვებისა და დისტრიბუციის შიდა პოლიტიკა და მათი შესაბამისობა **მომხმარებლებთან** ან/და **საბოლოო მომხმარებლებთან** დაკავშირებულ სხვა პოლიტიკებთან. გარდა ამისა, საწარმომ უნდა განიხილოს პოლიტიკა, რომელიც ეხება პოტენციური და ფაქტობრივი მომხმარებლების ან/და საბოლოო მომხმარებლებისთვის მიწოდებული ინფორმაციის საიმედოობისა და სარგებლიანობის უზრუნველყოფას როგორც გაყიდვამდე, ისე გაყიდვის შემდეგ.

გმ13. საილუსტრაციოდ საწარმოს შეუძლია აღწეროს, თუ როგორ აწვდის საკუთარი პოლიტიკის შესახებ ინფორმაციას იმ ფიზიკურ პირებს, ადამიანთა ჯგუფებს ან სუბიექტებს, ვისაც ეს პოლიტიკა ეხება, მაგალითად, ვინც ეს პოლიტიკა უნდა განახორციელოს (როგორცაა, საწარმოს **დასაქმებულები**, კონტრაქტორები და **მიმწოდებლები**), ან ვისაც პირდაპირი ინტერესი აქვს, რომ ეს პოლიტიკა დაინერგოს (მაგ., საკუთარი სამუშაო ძალა, ინვესტორები). საწარმოს შეუძლია ინფორმაციის გამჟღავნება იმ ინსტრუმენტებისა და საკომუნიკაციო არხების შესახებ (როგორც

არის, საინფორმაციო ფურცლები, ბიულეტენები, სპეციალური ვებგვერდები, სოციალური ქსელები, პირადი ურთიერთობები და მომუშავეთა წარმომადგენლები, რომლებიც განკუთვნილია მისი პოლიტიკის წვდომის უზრუნველსაყოფად და იმისთვის, რომ პოლიტიკის შედეგები ცნობილი გახდეს სხვადასხვა აუდიტორიისთვის. საწარმოს ასევე შეუძლია ახსნას, როგორ ავლენს და აღმოფხვრის ამ ინფორმაციის გავრცელებასთან დაკავშირებულ პოტენციურ დაბრკოლებებს, მაგალითად, შესაბამის ენაზე პოლიტიკის თარგმანით ან გრაფიკული გამოსახულებების გამოყენებით.

ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნა S4-2 – „მომხმარებლებსა და საბოლოო მომხმარებლებთან ურთიერთქმედების პროცესები ზემოქმედებასთან დაკავშირებით“

- გმ14. **ნდობით აღჭურვილი პირები**, რომელთათვისაც ცნობილია მომხმარებლებისა და საბოლოო მომხმარებლების ინტერესები, გამოცდილება ან ხედვა, შეიძლება მოიცავდეს მომხმარებლების უფლებების დამცველ ეროვნულ ორგანოებს ზოგიერთი მომხმარებლებისთვის.
- გმ15. როდესაც საწარმო აღწერს, რომელ ფუნქციას ან როლს ეკისრება ოპერატიული პასუხისმგებლობა ან/და საბოლოო ანგარიშვალდებულება ასეთ ურთიერთქმედებაზე, მას შეუძლია მიუთითოს, ეს სპეციალური როლი ან ფუნქციაა, თუ უფრო ფართო როლის ან ფუნქციის ნაწილი, ასევე გატარდა თუ არა რაიმე ზომები შესაბამისი პერსონალისთვის ამგვარი ურთიერთქმედების განსახორციელებლად აუცილებელი უნარების განვითარების მიზნით. თუ საწარმოს არ შეუძლია ასეთი თანამდებობის ან ფუნქციის იდენტიფიკაცია, მას შეუძლია გაამჟღავნოს თავად ეს ფაქტი. ზემოაღნიშნული მოთხოვნის შესრულება შესაძლებელია ასევე იმ ინფორმაციის მითითებით, რომელიც საწარმოს გამჟღავნებული აქვს ESRS 2-ის GOV-1 ნაწილის – „ადმინისტრაციული, მართვისა და საზედამბედველო ორგანოების როლი“ – შესაბამისად.
- გმ16. 20 (ბ) და (გ) პუნქტებში აღწერილი ინფორმაციის მომზადებისას შესაძლებელია შემდეგი მაგალითების განხილვა:
- ა) იმ სტადიის (სტადიების) განხილვისას, რომელზეც ურთიერთქმედება ხორციელდება, მაგალითები შეიძლება ეხებოდეს ზემოქმედების შერბილების მიდგომების განსაზღვრას ან ზემოქმედების შერბილების ეფექტიანობის შეფასებას;
 - ბ) ურთიერთქმედების ტიპისთვის ეს შეიძლება იყოს მონაწილეობა, კონსულტაციები ან/და ინფორმაციის მიწოდება;
 - გ) ურთიერთქმედების სიხშირესთან დაკავშირებით შესაძლოა წარმოდგენილი იყოს ინფორმაცია იმის თაობაზე, ურთიერთქმედება რეგულარულად ხორციელდება, თუ პროექტის ან ბიზნესპროცესის გარკვეულ ეტაპებზე; ასევე ეს ურთიერთქმედება საკანონმდებლო მოთხოვნების შესაბამისად ხორციელდება თუ არა, ან/და დაინტერესებული მხარეების მოთხოვნების გათვალისწინებით და ურთიერთქმედების შედეგები გაითვალისწინება თუ არა საწარმოს გადაწყვეტილებების მიღების პროცესებში; და
 - დ) ოპერატიული პასუხისმგებლობის თანამდებობისთვის – საწარმო მოითხოვს თუ არა შესაბამისი პერსონალისგან გარკვეული უნარების ფლობას, ან უზრუნველყოფს თუ არა შესაბამისი პერსონალის ტრენინგს (სწავლებას) ან ამ ურთიერთქმედების განსახორციელებლად აუცილებელი შესაძლებლობების განვითარებას.
- გმ17. იმის საილუსტრაციოდ, მომხმარებლების ან/და საბოლოო მომხმარებლების მოსაზრებებმა რა გავლენა იქონიეს საწარმოს კონკრეტულ გადაწყვეტილებებზე ან საქმიანობაზე, საწარმოს შეუძლია მაგალითების მოყვანა მიმდინარე საანგარიშგებო პერიოდიდან.

ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნა S4-3 – „უარყოფითი ზემოქმედების რემედიაციის პროცესები და არხები, რომლის მეშვეობით მომხმარებლებსა და საბოლოო მომხმარებლებს შეუძლიათ თავიანთი პრობლემების შესახებ საწარმოს ინფორმირება“

- გმ18. ESRS S4-3 ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნების შესრულებისას საწარმოს შეუძლია იხელმძღვანელოს „ბიზნესისა და ადამიანის უფლებების შესახებ გაეროს სახელმძღვანელო პრინციპებით“ და „მულტინაციონალური საწარმოების შესახებ ეთგოს სახელმძღვანელო მითითებებით“,

რომლებიც *რემედიაციას* და *საჩივრების მართვის მექანიზმებს* ეხება.

- გმ19. პრობლემების ან საჭიროებების ინფორმირების არხები მოიცავს *საჩივრების მართვის მექანიზმებს*, ცხელ ხაზებს, დიალოგის პროცესებს ან სხვა საშუალებებს, რომლის მეშვეობით *მომხმარებლებს* ან/და *საბოლოო მომხმარებლებს*, ან მათ *კანონიერ წარმომადგენლებს* შეუძლიათ საწარმოს წინაშე მისი ზემოქმედებით გამოწვეული პრობლემების დაყენება ან თავიანთი საჭიროებების ახსნა, რომლის მოგვარებაც სურთ საწარმოს მიერ. ამგვარი არხები შეიძლება მოიცავდეს უშუალოდ საწარმოს მიერ შეთავაზებულ არხებს ნებისმიერ სხვა მექანიზმთან ერთად, რომლის გამოყენება საწარმოს შეუძლია ინფორმაციის მოსაპოვებლად მომხმარებლებზე ან/და საბოლოო მომხმარებლებზე თავისი ზემოქმედების მართვის შეფასების შესახებ, როგორც არის, მაგალითად შესაბამისობის აუდიტის ჩატარება. თუ საწარმო ამ მოთხოვნის შესრულებისას მხოლოდ მისი *საქმიანი ურთიერთობების* ფარგლებში შექმნილი ამგვარი არხების არსებობის შესახებ ინფორმაციას ეყრდნობა, მას შეუძლია განაცხადოს ეს.
- გმ20. იმისათვის, რომ უზრუნველყოს ESRS S4-3 მოთხოვნის შესაბამისად გამჟღავნებული ინფორმაციის უფრო საფუძვლიანად გაგება, საწარმოს თითოეულ არხებით ზემოქმედებასთან დაკავშირებით შეუძლია ინფორმაციის წარმოდგენა იმის თაობაზე, იმ *მომხმარებლებს* ან/და *საბოლოო მომხმარებლებს*, რომლებსაც შეიძლება შეეხოს საწარმოს ზემოქმედება, აქვთ თუ არა წვდომა და რა სახით იმ საწარმოს დონის არხებზე, რომლის ზემოქმედებასაც განიცდიან.
- გმ21. მესამე მხარეთა მექანიზმები შეიძლება მოიცავდეს მაგალითად, მექანიზმებს, რომლებსაც მართავს სახელმწიფო, არასამთავრობო ორგანიზაციები, დარგობრივი გაერთიანებები/ასოციაციები და სხვა ერთობლივი ინიციატივები. ამ მექანიზმების მოქმედების არეალთან დაკავშირებით საწარმოს შეუძლია გაამჟღავნოს ინფორმაცია იმის შესახებ, ეს არხები, რომლის მეშვეობით მომხმარებლებს ან/და საბოლოო მომხმარებლებს (ან იმ ფიზიკურ პირებს ან ორგანიზაციებს, რომლებიც მოქმედებენ საწარმოს სახელით, ან რომელთაც სხვა საშუალებით შეუძლიათ ინფორმაციის მიღება საწარმოს უარყოფითი ზემოქმედებების შესახებ) შეუძლიათ თავად საწარმოს საქმიანობასთან დაკავშირებული თავიანთი საჩივრების წარდგენა ან პრობლემების ინფორმირება, ხელმისაწვდომია თუ არა ყველა იმ *მომხმარებლის* ან/და *საბოლოო მომხმარებლისთვის*, რომელიც პოტენციურად ან ფაქტობრივად შეიძლება დაექვემდებაროს საწარმოს მხრიდან არსებით ზემოქმედებას, ან იმ ფიზიკური პირებისა თუ ორგანიზაციებისთვის, რომლებიც მათი სახელით მოქმედებენ, ან რომელთაც სხვა საშუალებით შეუძლიათ ინფორმაციის მიღება საწარმოს უარყოფითი ზემოქმედებების შესახებ.
- გმ22. რაც შეეხება შურისგების აქტისგან იმ პირთა დაცვას, რომლებიც ამ მექანიზმებს იყენებენ, საწარმოს შეუძლია მიუთითოს, საჩივრებს იხილავს თუ არა კონფიდენციალურად და პირადი ცხოვრებისა და პერსონალური მონაცემების ხელშეუხებლობის უფლებების დაცვით; ასევე ეს მექანიზმები *მომხმარებლებს* ან/და *საბოლოო მომხმარებლებს* მათი ანონიმურად გამოყენების საშუალებას აძლევს თუ არა (მაგალითად, მესამე მხარის წარმომადგენლობის მეშვეობით).
- გმ23. როდესაც საწარმო ინფორმაციას ამჟღავნებს იმის თაობაზე, იცის თუ არა მან და თუ იცის, როგორ შეიტყოს, რომ *მომხმარებლების* ან/და *საბოლოო მომხმარებლებისთვის* ცნობილია ამა თუ იმ ზემოაღნიშნული არხის შესახებ და ენდობიან მას, საწარმოს ამ არხების ეფექტიანობის შესახებ შესაბამისი და საიმედო მონაცემების წარმოდგენა შეუძლია მომხმარებლების ან/და საბოლოო მომხმარებლების პოზიციიდან. ამგვარი ინფორმაციის წყაროების მაგალითებია იმ მომხმარებლების ან/და საბოლოო მომხმარებლების გამოკითხვები, რომლებმაც ამგვარი არხები გამოიყენეს და ასევე მათი კმაყოფილების დონე ამ პროცესითა და მისი შედეგებით. ზემოაღნიშნული არხების გამოყენების დონის საილუსტრაციოდ საწარმოს შეუძლია გაამჟღავნოს ინფორმაცია საანგარიშგებო პერიოდის განმავლობაში მომხმარებლების ან/და საბოლოო მომხმარებლებისგან მიღებული საჩივრების რაოდენობის შესახებ.
- გმ24. იმ არხების ეფექტიანობის განხილვისას, რომლის მეშვეობით *მომხმარებლებს* ან/და *საბოლოო მომხმარებლებს* შეუძლიათ თავიანთი პრობლემების ინფორმირება, საწარმოს შეუძლია იხელმძღვანელოს შემდეგი კითხვებით, რომლებიც ეყრდნობა ბიზნესისა და ადამიანის უფლებების შესახებ გაეროს სახელმძღვანელო პრინციპებში, კერძოდ, 31-ე პრინციპში განსაზღვრულ კრიტერიუმებს „ეფექტიანობის კრიტერიუმები *საჩივრების მართვის* არასამართლებრივი მექანიზმებისთვის“. შემდეგი კითხვების/მოსაზრებების გამოყენება შესაძლებელია ცალკეული არხის ან არხების მთელი სისტემის მიმართ:

- ა) ეს არხები იმის გამო მიიჩნევა ლეგიტიმურად, რომ საწარმო უზრუნველყოფს ანგარიშვალდებულებას საკუთარ კეთილსინდისიერ საქმიანობაზე და დაინტერესებულ მხარეთა ნდობის განმტკიცებას?
- ბ) ეს არხები ცნობილი და ხელმისაწვდომია **დაინტერესებული მხარეებისთვის?**
- გ) აქვს ამ არხებს საჯაროდ ცნობილი პროცედურები, დადგენილი ვადები და უზრუნველყოფილია ამ პროცესების გამჭვირვალობა?
- დ) ეს არხები უზრუნველყოფს გონივრულ წვდომას ინფორმაციის წყაროებთან, რეკომენდაციებსა და გამოცდილებასთან?
- ე) ეს არხები გამჭვირვალობას იმით უზრუნველყოფს, რომ საკმარის ინფორმაციას აწვდის განმცხადებელს/მომხივანს და, შესაბამის შემთხვევაში, იმავდროულად აკმაყოფილებს ამა თუ იმ საზოგადოებრივ ინტერესს?
- ვ) ამ არხების მეშვეობით მიღწეული შედეგები შეესაბამება საერთაშორისოდ აღიარებულ ადამიანის უფლებებს?
- ზ) ამ არხების მეშვეობით საწარმო იღებს ისეთ ინფორმაციას, რომელიც მას მუდმივად ეხმარება როგორც არხების მუშაობის გაუმჯობესებაში, ისე მომავალი ზემოქმედების პრევენციაში?
- თ) საწარმო განმცხადებლებთან დიალოგს ანიჭებს უფრო უპირატესობას, როგორც შეთანხმებული გადაწყვეტილებების მიღების საშუალებას, თუ შედეგის ცალმხრივად განსაზღვრას ესწრაფვის?

უფრო მეტი ინფორმაციისთვის იხ. 31-ე პრინციპი დოკუმენტის „გაეროს სახელმძღვანელო პრინციპები ბიზნესისა და ადამიანის უფლებების შესახებ“.

ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნა S4-4 – „ზომების მიღება მომხმარებლებსა და საბოლოო მომხმარებლებზე არსებით ზემოქმედებასთან დაკავშირებით, ასევე მომხმარებლებსა და საბოლოო მომხმარებლებთან დაკავშირებული არსებითი რისკების მართვისა და არსებითი შესაძლებლობების გამოყენების მიდგომები და ამ ქმედებების ეფექტიანობა“

- გმ25. შესაძლოა გარკვეული დრო დასჭირდეს უარყოფითი ზემოქმედებისა და იმის გაცნობიერებას, როგორ შეიძლება იყოს საწარმო ამ ზემოქმედების მონაწილე თავისი დადამავალი ღირებულებათა ჯაჭვის მეშვეობით, ასევე შესაბამისი საპასუხო ზომების განსაზღვრას და ცხოვრებაში გატარებას. ამგვარად, საწარმომ უნდა განიხილოს:
- ა) საერთო და სპეციფიკური მიდგომები, რომლებიც ეხება არსებითი უარყოფითი ზემოქმედების აღმოფხვრას;
 - ბ) ინიციატივები/ღონისძიებები, რომლებიც მიმართულია დამატებითი დადებითი არსებითი ზემოქმედების ხელშეწყობაზე;
 - გ) საანგარიშგებო პერიოდის განმავლობაში რამდენად წაიწია წინ ამ კუთხით განხორციელებულ საქმიანობაში; და
 - დ) უწყვეტ გაუმჯობესებასთან დაკავშირებული მისი მიზნები.
- გმ26. შესაფერისი ქმედება შეიძლება სხვადასხვანაირი იყოს იმის მიხედვით, თვითონ საწარმო იწვევს არსებით ზემოქმედებას, თუ ხელს უწყობს ამგვარ ზემოქმედებას, ან არსებითი ზემოქმედება უშუალოდ დაკავშირებულია თუ არა თავად საწარმოს საქმიანობასთან, პროდუქციასთან ან მომსახურებასთან მისი საქმიანი ურთიერთობის მეშვეობით.
- გმ27. იმის გათვალისწინებით, რომ საანგარიშგებო პერიოდის განმავლობაში **მომხმარებლებზე** ან/და **საბოლოო მომხმარებლებზე** განხორციელებული უარყოფითი არსებითი ზემოქმედება შესაძლოა დაკავშირებული იყოს ასევე ისეთ სუბიექტებთან ან საქმიანობასთან, რომელსაც საწარმო უშუალოდ ვერ აკონტროლებს, საწარმოს შეუძლია ინფორმაციის გამჟღავნება იმის თაობაზე, ცდილობს თუ არა ის და როგორ თავისი ზემოქმედების შესაძლებლობის გამოყენებას შესაბამის **საქმიან ურთიერთობებში** ამ ზემოქმედების მართვისთვის. ეს შეიძლება იყოს კომერციული

ბერკეტი (მაგალითად, სახელშეკრულებო მოთხოვნების დაცვის უზრუნველყოფა საქმიან ურთიერთობებში ან გარკვეული მასტიმულირებელი მექანიზმების დანერგვა), სხვა ფორმის ზემოქმედების შესაძლებლობა ამ ურთიერთობის ფარგლებში (როგორც არის, მაგალითად, საქმიანი ურთიერთობების ფარგლებში მომუშავეთა **ტრენინგის** უზრუნველყოფა ან მათი კვალიფიკაციის ამაღლება პროდუქტების ან გაყიდვების სათანადო მეთოდების გამოყენების საკითხებში), ან ერთობლივი ზემოქმედების მექანიზმები ანალოგიური საწარმოების ან სხვა სუბიექტების მონაწილეობით (მაგალითად, ინიციატივები, რომლებიც მიმართულია პასუხისმგებლობიან მარკეტინგზე ან პროდუქტის უსაფრთხოებაზე).

- გმ28. თუ საწარმო, არსებითი უარყოფითი ზემოქმედების აღმოფხვრასთან დაკავშირებული თავისი **ქმედებების** ამსახველი ინფორმაციის ფარგლებში, ინფორმაციას ამჟღავნებს ამა თუ იმ დარგის ან მრავალმხრივ ინიციატივაში თავისი მონაწილეობის შესახებ, მას შეუძლია მიუთითოს, ეს ინიციატივა და კონკრეტულად მისი მონაწილეობა როგორ უწყობს ხელს შესაბამისი არსებითი ზემოქმედების აღმოფხვრას. საწარმოს ინფორმაციის გამჟღავნება შეუძლია ESR S4-5 მოთხოვნების შესაბამისად ამ ინიციატივის მიერ დადგენილი **სამიზნე მაჩვენებლებისა** და მათ შესრულებაში მიღწეული თავისი პროგრესის შესახებ.
- გმ29. როდესაც საწარმო ინფორმაციას ამჟღავნებს იმის თაობაზე, ითვალისწინებს თუ არა და როგორ **მომხმარებლებზე** ან/და **საბოლოო მომხმარებლებზე** ფაქტობრივ და პოტენციურ ზემოქმედებას **საქმიანი ურთიერთობების** შეწყვეტის შესახებ გადაწყვეტილებების მიღებისას, ასევე ცდილობს თუ არა და როგორ ამა თუ იმ უარყოფითი ზემოქმედების აღმოფხვრას, რომელიც ურთიერთობის შეწყვეტამ შეიძლება გამოიწვიოს, მას შეუძლია მაგალითების მოყვანა.
- გმ30. როდესაც საწარმო აღწერს, როგორ ადევნებს თვალყურს იმ **ქმედებების** ეფექტიანობას, რომლებიც მიმართულია საანგარიშგებო პერიოდის განმავლობაში არსებითი ზემოქმედების მართვაზე, საწარმოს შეუძლია ინფორმაციის გამჟღავნება ნებისმიერი გაკვეთილის შესახებ, რომელიც გამოიტანა წინა და მიმდინარე საანგარიშგებო პერიოდებიდან.
- გმ31. ზემოაღნიშნული **ქმედებების** ეფექტიანობის მონიტორინგისთვის გამოყენებული პროცესები შეიძლება მოიცავდეს შიდა ან გარე აუდიტს, ან შემოწმებას, სასამართლო პროცესს ან/და სასამართლოს შესაბამის გადაწყვეტილებებს, ზემოქმედების შეფასებას, შეფასების სისტემებს, დაინტერესებული მხარეებისგან მიღებულ კომენტარებს, **საჩივრების მართვის მექანიზმებს**, ეფექტიანობის გარე რეიტინგებს და შედარებითი ანალიზის ჩატარებას.
- გმ32. ეფექტიანობის შესახებ ინფორმაციის წარდგენის მიზანია, მომხმარებლებმა ნათელი წარმოდგენა შეიქმნან საწარმოს მიერ განხორციელებულ **ქმედებებსა** და ზემოქმედების ეფექტიან მართვას შორის ურთიერთკავშირის შესახებ.
- გმ33. საწარმოში მოქმედი ინიციატივების ან პროცესების შესახებ, რომლებიც ზემოქმედების ქვეშ მყოფი **მომხმარებლების** ან/და **საბოლოო მომხმარებლების** საჭიროებებს ეყრდნობა, ასევე მათი რეალიზების საკითხში მიღწეულ პროგრესთან დაკავშირებით, საწარმოს შეუძლია გაამჟღავნოს ინფორმაცია:
- ა) იმის თაობაზე, მომხმარებლები ან/და საბოლოო მომხმარებლები და მათი **კანონიერი წარმომადგენლები**, ან მათი **ნდობით აღჭურვილი პირები** თამაშობენ თუ არა რაიმე როლს და რა სახით ამ პროგრამების ან პროცესების შემუშავებისა და დანერგვის შესახებ გადაწყვეტილებების მიღებაში; და
 - ბ) სავარაუდო ან უკვე მიღწეული დადებითი შედეგების შესახებ ამ ინიციატივების ან პროცესების მომხმარებლების ან/და საბოლოო მომხმარებლებისთვის.
- გმ34. საწარმოს შეუძლია ინფორმაციის გამჟღავნება იმის თაობაზე, რომელიმე მისი ინიციატივა ან პროცესი, რომლის ძირითადი მიზანია **მომხმარებლებზე** ან/და **საბოლოო მომხმარებლებზე** დადებითი ზემოქმედების უზრუნველყოფა, იმავდროულად მიმართულია თუ არა გაეროს მიერ დადგენილი მდგრადი განვითარების მიზნებიდან (Sustainable Development Goals) რომელიმე ერთი ან რამდენიმე მიზნის მიღწევის ხელშეწყობაზე. მაგალითად, გაეროს მდგრადი განვითარების მე-3 მიზნის „ნებისმიერი ასაკის ყველა ადამიანისთვის ჯანსაღი ცხოვრების უზრუნველყოფა და მათი კეთილდღეობის ხელშეწყობა“ - რეალიზების ვალდებულების ფარგლებში საწარმო შესაძლოა აქტიურად მუშაობდეს იმაზე, რომ მისი პროდუქტები ნაკლებად იწვევდეს

მათზე დამოკიდებულებას და ნაკლებად საზიანო იყოს ადამიანის ფიზიკური და ფსიქოლოგიური ჯანმრთელობისთვის.

- გმ35. **მომხმარებლებთან** ან/და **საბოლოო მომხმარებლებთან** დაკავშირებული საწარმოს **ქმედებების** დაგეგმილი ან უკვე მიღწეული დადებითი შედეგების შესახებ ინფორმაციის გამჟღავნებისას, საწარმომ ერთმანეთისგან უნდა გამიჯნოს უკვე განხორციელებული გარკვეული ქმედებების შესახებ მტკიცებულებები (მაგ., X მომხმარებელმა მიიღო ინფორმაცია ჯანსაღი კვების წესების შესახებ) და მომხმარებლების ან/და საბოლოო მომხმარებლებისთვის უკვე მიღწეული ფაქტობრივი შედეგების მტკიცებულებები (მაგალითად, X მომხმარებელმა დაიწყო ჯანსაღი კვების წესების გამოყენება).
- გმ36. როდესაც ინფორმაციას ამჟღავნებს იმის თაობაზე, ეს ინიციატივები ან პროცესები იმავდროულად რაიმე როლს თამაშობენ თუ არა არსებითი უარყოფითი ზემოქმედების შერბილების საქმეშიც, საწარმოს შეუძლია განიხილოს, მაგალითად, პროგრამები, რომლებიც მიმართულია ოღონად მაქინაციებთან დაკავშირებული რისკის გათვითცნობიერების ამადლებაზე, რაც იწვევს იმ საბოლოო მომხმარებლების რაოდენობის შემცირებას, რომელთათვისაც ირღვევა პერსონალური მონაცემების ხელშეუხებლობის უფლება.
- გმ37. **მომხმარებლებზე** ან/და **საბოლოო მომხმარებლებზე** საწარმოს ზემოქმედებასთან ან **დამოკიდებულებასთან** დაკავშირებული არსებითი რისკებისა და შესაძლებლობების შესახებ ინფორმაციის გამჟღავნებისას საწარმოს შეუძლია გაითვალისწინოს შემდეგი:
- ა) მომხმარებლებზე ან/და საბოლოო მომხმარებლებზე საწარმოს ზემოქმედებასთან დაკავშირებული რისკები შესაძლოა მოიცავდეს რეპუტაციულ ან სამართლებრივ რისკს, როდესაც ცუდად დაპროექტებული ან წუნდებული პროდუქტი იწვევს ტრავმებს ან სიკვდილს;
 - ბ) მომხმარებლებზე ან/და საბოლოო მომხმარებლებზე საწარმოს დამოკიდებულებასთან დაკავშირებული რისკები შესაძლოა მოიცავდეს საწარმოს საქმიანობის შეწყვეტის რისკებს, როდესაც ეკონომიკური კრიზისის გამო მომხმარებლებს აღარ შეუძლიათ გარკვეული პროდუქტების ან მომსახურების შექმნა;
 - გ) მომხმარებლებზე ან/და საბოლოო მომხმარებლებზე საწარმოს ზემოქმედებასთან დაკავშირებული ბიზნესის შესაძლებლობები შესაძლოა მოიცავდეს ბაზრის დიფერენციაციას და საწარმოს მომხმარებლებისთვის მისი მიმზიდველობის ამადლებას, რასაც განაპირობებს უსაფრთხო პროდუქტების ან კონფიდენციალურობის დაცვით განხორციელებული მომსახურებების შეთავაზება; და
 - დ) მომხმარებლებზე ან/და საბოლოო მომხმარებლებზე საწარმოს დამოკიდებულებასთან დაკავშირებული ბიზნესის შესაძლებლობები შესაძლოა მოიცავდეს მომხმარებლების პოტენციური ბაზის ლოიალობის მიღწევას, მაგალითად, იმით, რომ LGBTQI ადამიანები სარგებლობენ პატივისცემით და გაყიდვების მიდგომები არ გამორიცხავს ამგვარ ადამიანებს საწარმოს მიერ შეთავაზებული პროდუქტებიდან ან მომსახურებიდან.
- გმ38. როდესაც საწარმო ინფორმაციას ამჟღავნებს იმის თაობაზე, მისი **დამოკიდებულება** გადაიქცევა თუ არა რისკებად, მან უნდა გაითვალისწინოს გარე მოვლენები.
- გმ39. არსებითი რისკებისა და შესაძლებლობების მართვასთან დაკავშირებული პოლიტიკის, ქმედებების, რესურსებისა და **სამიზნე მაჩვენებლების** შესახებ ინფორმაციის გამჟღავნებისას ისეთ შემთხვევაში, როდესაც რისკები და შესაძლებლობები წარმოქმნილია საწარმოს არსებითი ზემოქმედებით, საწარმოს შეუძლია მიუთითოს ამ ზემოქმედებასთან დაკავშირებული პოლიტიკის, ქმედებებისა და რესურსების, ასევე **სამიზნე მაჩვენებლების** შესახებ უკვე გამჟღავნებული ინფორმაცია.
- გმ40. საწარმომ უნდა განიხილოს, **მომხმარებლებთან** ან/და **საბოლოო მომხმარებლებთან** დაკავშირებული არსებითი რისკების მართვისთვის განკუთვნილი პროცესები ინტეგრირებულია თუ არა და როგორ საწარმოში არსებულ რისკების მართვის პროცესებში.
- გმ41. როდესაც ინფორმაციას ამჟღავნებს არსებითი ზემოქმედების მართვისთვის გამოყოფილი რესურსების შესახებ, საწარმოს შეუძლია მიუთითოს, რომელი შიდა ფუნქციებია/დანაყოფებია ჩართული ზემოქმედების მართვაში და რა ტიპის ზომებს იღებენ უარყოფითი ზემოქმედების აღმოსაფხვრელად და დადებითი ზემოქმედების გასაუმჯობესებლად.

მდგრადობის მაჩვენებლები და სამიზნე მაჩვენებლები

ინფორმაციის გამჟღავნების მოთხოვნა S4-5 – „არსებითი უარყოფითი ზემოქმედების მართვასთან, დადებითი ზემოქმედების გაუმჯობესებასა და არსებითი რისკებისა და შესაძლებლობების მართვასთან დაკავშირებული სამიზნე მაჩვენებლები“

- გმ42. როდესაც ინფორმაციას ამჟღავნებს *მომხმარებლებთან* ან/და *საბოლოო მომხმარებლებთან* დაკავშირებული *სამიზნე მაჩვენებლების* შესახებ, საწარმოს შეუძლია:
- ა) აღწეროს სავარაუდო შედეგები, შეძლებისდაგვარად კონკრეტულად, რომლებიც მიღწეულ უნდა იქნეს მომხმარებლების ან/და საბოლოო მომხმარებლების ცხოვრებაში;
 - ბ) სამიზნე მაჩვენებლების სტაბილურობა დინამიკაში, განმარტებებისა და მეთოდოლოგიების ჭრილში, რაც უზრუნველყოფს მათ შესადარისობას; ან/და
 - გ) განაცხადოს, რომ სტანდარტები ან ვალდებულებები, რომლებსაც ეს *სამიზნე მაჩვენებლები* ეყრდნობა (მაგალითად, ეთიკის კოდექსი, შესყიდვების პოლიტიკა, გლობალური ჩარჩო-დოკუმენტები ან დარგების კოდექსები) ნათლად არის მითითებული ანგარიშგებაში.
- გმ43. არსებით *რისკებსა* და *შესაძლებლობებთან* დაკავშირებული *სამიზნე მაჩვენებლები* შესაძლოა ემთხვეოდეს ან განსხვავდებოდეს არსებით *ზემოქმედებასთან* დაკავშირებული სამიზნე მაჩვენებლებისგან. მაგალითად, სამიზნე მაჩვენებელმა – დაფინანსების ერთნაირი წვდომის უზრუნველყოფა ნაკლებად უზრუნველყოფილი მომხმარებლებისთვის – შეიძლება შეამციროს *დისკრიმინაციული* ზემოქმედება ამ მომხმარებლებზე, ასევე გააფართოვოს საწარმოს მომხმარებლების ბაზა.
- გმ44. საწარმოს შეუძლია ასევე ცალ-ცალკე გამოყოს მოკლევადიანი, საშუალოვადიანი და გრძელვადიანი *სამიზნე მაჩვენებლები*, რომლებიც *პოლიტიკის* ერთსა და იმავე ვალდებულებას ეხება. მაგალითად, საწარმოს შეიძლება ჰქონდეს მთავარი მიზანი: მისი ონლაინ მომსახურება ხელმისაწვდომი გახადოს შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ადამიანთათვის, მისი გრძელვადიანი მიზანი იყოს „ოლნაილ მომსახურებების 100%-ით ადაპტირების მიღწევა 2025 წლისთვის“, ხოლო მოკლევადიანი მიზანი – „2025 წლამდე ყოველწლიურად X რაოდენობის ხელმისაწვდომი ფუნქციის დამატება“.
- გმ45. თუ საწარმომ საანგარიშგებო პერიოდის განმავლობაში შეცვალა ან სხვა მაჩვენებლით ჩაანაცვლა რომელიმე სამიზნე მაჩვენებელი, მას ამ ცვლილების ასახსნელად შეუძლია მიუთითოს, ანგარიშგებაში სად არის განხილული *ბიზნესმოდელის* მნიშვნელოვანი ცვლილებები, ან ახლად ამოქმედებული სტანდარტით ან კანონმდებლობით განპირობებული უფრო ფართო ცვლილებები, საიდანაც საწარმომ აიღო სამიზნე მაჩვენებელი, რათა წარმოადგინოს კონტექსტური ინფორმაცია ERS 2-ის BP-2 ნაწილის – „*კონკრეტულ გარემოებებთან დაკავშირებული ინფორმაციის გამჟღავნება*“ – შესაბამისად.