

# GRUPA KONTAKTOWA DYREKTORÓW

WYDANIE PIERWSZE (4 czerwca 2014 r.)

## LISTA KONTROLNA DOTYCZĄCA ZATRUDNIENIA DOBREGO KONSULTANTA

- I. [Wewnętrzne prace przygotowawcze](#)
- II. [Kryteria personalne w odniesieniu do konsultanta](#)
- III. [Wiedza konsultanta](#)
- IV. [Podejście konsultanta do rozwiązania problemu](#)
- V. [Wsparcie](#)
- VI. [Relacje biznesowe](#)
- VII. [Relacje biznesowe](#)

### I. Wewnętrzne prace przygotowawcze

#### 1) Czy powody zatrudnienia konsultanta zostały jednoznacznie określone?

Na rynku konsultantów można przebierać w różnorodnych ofertach, które być może chciałbyś/chciałabyś porównać. Musisz zdecydować, jakie są twoje rzeczywiste potrzeby, np. czy konsultant jest ci potrzebny, aby:

- a) doradzał tylko w kwestii procesu rejestracji;
- b) wykonał wszystkie czynności, od zera aż do przedłożenia końcowej dokumentacji;
- c) zadbał o określone elementy rejestracji [takie jak np. strategia badań, międzynarodowa ujednolicona baza informacji chemicznych (IUCLID)];
- d) przeszkolił twoich współpracowników; lub
- e) podjął działania następcze (np. monitorowanie procesu oceny/weryfikacji zgodności i aktualizacja dokumentacji w razie potrzeby).

#### 2) Czy jednoznacznie określiłeś/określiłaś swoje cele w zakresie usług zewnętrznych?

Zatrudnienie konsultanta generuje koszty – tym większe, im większy jest zakres jego działalności. Dlatego tak istotne jest dokładne określenie, co i kiedy konsultant powinien wykonać. Należy też jasno wskazać, w których czynnościach nie chcesz dłużej uczestniczyć.

#### 3) Na co możesz liczyć w przedsiębiorstwie, w szczególności w zakresie:

- a) wewnętrznego know-how:  
Wiele przedsiębiorstw dysponuje obszerną wewnętrzną wiedzą, o której nie wie. Współpracownicy są cennym źródłem informacji, często wykraczających poza

standardową działalność przedsiębiorstwa. Przedstaw im projekt „REACH” i spróbuj ustalić, jaki wkład mogliby wnieść.

b) dostępnych zasobów:

Ustal, ile czasu twoi współpracownicy mogą poświęcić na cele REACH. Sprawdź, czy dysponujesz dostępnymi wynikami badań lub sprzętem badawczym, które można wykorzystać.

c) doświadczenia:

Wykorzystaj dotychczasowe doświadczenie np. zdobyte w dziedzinie uregulowań prawnych, podczas pracy z konsultantami lub badań substancji prowadzonych w twoim przedsiębiorstwie.

4) Czy na pewno potrzebujesz konsultanta?

Niekiedy zatrudnienie konsultanta dodaje pewności, ale nie jest konieczne. Twoi współpracownicy najlepiej znają wasze przedsiębiorstwo i mogą być w stanie wykonać wszystkie lub przynajmniej niektóre czynności, do których chcesz wynająć konsultanta. Pamiętaj, że czynności wykonywane przez konsultantów mogą mimo wszystko wymagać monitorowania i pewnej dozy nadzoru.

5) Czy masz pozytywne doświadczenia związane z zatrudnianiem konsultanta w celu wykonania innych zadań?

Musisz mieć jednak świadomość, że REACH jest rozporządzeniem o ściśle technicznym charakterze, które wymaga bardzo konkretnej wiedzy.

6) Czy dysponujesz rekomendacjami dotyczącymi potencjalnego konsultanta lub ich potrzebujesz?

Zapytaj przedstawicieli innych przedsiębiorstw w twoim sektorze, łańcuchu dostaw lub branży, czy mogą polecić ci konsultanta. Sprawdź, czy w twoim państwie członkowskim lub w regionie wprowadzone zostały programy certyfikacji lub jakości obejmujące konsultantów ds. rozporządzenia REACH.

7) Czy jesteś zadowolony/zadowolona ze sposobu zarządzania chemikaliami w twoim przedsiębiorstwie, czy może chcesz lub potrzebujesz wprowadzić zmiany?

Kwestiom związanym z rozporządzeniem REACH należy poświęcić wiele uwagi. Przygotowanie dokumentacji rejestracyjnej może stanowić okazję do ponownego zbadania czynności związanych z zarządzaniem chemikaliami. Zwróć szczególną uwagę na możliwość restrukturyzacji podejścia do sposobu zarządzania chemikaliami w twoim przedsiębiorstwie. Konsultant, który zazwyczaj dysponuje doświadczeniem zdobytym podczas pracy w wielu przedsiębiorstwach w twoim sektorze, może być pomocny w tej kwestii.

8) Czy wiesz, jakie działania następcze należy podjąć po dokonaniu rejestracji REACH?

Wcześniejsze zapoznanie się z dokumentacją lub ocena substancji po przedłożeniu dokumentacji rejestracyjnej mogą okazać się użyteczne. Być może zajdzie potrzeba znalezienia najlepszego sposobu realizacji działań następczych w twoim przedsiębiorstwie, o ile mają zastosowanie. Możesz je omówić z konsultantem już na wczesnym etapie; możesz także odwołać się do poradnika ECHA zawierającego dalsze informacje dotyczące różnych procesów regulacyjnych (<http://echa.europa.eu/guidance-documents/guidance-on-reach>).

9) Czy zasoby przewidziane na działania następcze są wystarczające?

Procesy następcze po przedłożeniu dokumentacji mogą wymagać dodatkowego monitorowania i nadprogramowej pracy. Możesz więc rozważyć wsparcie ze strony konsultanta w tym względzie, np. możesz uznać, że szkolenie w zakresie oceny lub sprawdzenia zgodności dokumentacji będzie wystarczające, jeżeli zdecydujesz, że nie chcesz, aby konsultant kontynuował tę pracę po dokonaniu rejestracji.

10) Czy konsultant jest ci potrzebny do realizacji działań następczych?

Konsultant może przejąć działania następcze, umożliwiając ci skupienie się na innej działalności. Powinieneś/powinnaś jednak rozważyć, czy jest to konieczne, gdyż prowadzi to do rozszerzenia zakresu umowy. Rozważ zawarcie umowy uwzględniającej etapy, która zezwalałaby na pewną elastyczność w zależności od pojawiających się potrzeb.

## II. Kryteria personalne w odniesieniu do konsultanta

1) Właściwe przygotowanie potencjalnego konsultanta, np.:

a. wykształcenie i dyplomy:

REACH wymaga szerokiego zakresu wiedzy fachowej w celu zagwarantowania, że dokumentacja spełnia wszystkie wymogi prawne. Jest więc uzasadnione, aby twój konsultant dysponował obszerną wiedzą w dziedzinie chemii, toksykologii, prawa i ekonomii lub miał do niej dostęp.

b. doświadczenie zawodowe:

Złożone multidyscyplinarne kwestie, takie jak wchodzące w zakres rejestracji REACH wymagają ugruntowanego doświadczenia zawodowego w celu skutecznego zaplanowania i ukończenia dokumentacji. Konsultant powinien dysponować wystarczającym doświadczeniem zawodowym w tym zakresie.

doświadczenie, najlepiej w twoim konkretnym sektorze:

Konsultant dysponujący doświadczeniem w twoim szczególnym sektorze lub w sektorze obejmującym produkty tego samego rodzaju prawdopodobnie szybciej zrozumie twój konkretny problem taki jak np. łańcuch dostaw, trudności związane z badaniem twojej substancji, narażenie i zastosowania lub identyfikacja substancji.

c. znajomość narzędzi dostępnych na rynku:

Jeżeli w celu realizacji pełnego procesu sporządzania raportu bezpieczeństwa chemicznego musisz przeprowadzić pełną ocenę narażenia i ryzyka, doświadczenie zawodowe konsultanta powinno obejmować dobrą znajomość odpowiednich narzędzi dostępnych na rynku.

2) Rozstrzygające znaczenie historii doświadczenia zawodowego, np. ciągłość pracy

Doświadczenie pokazuje, że uznani konsultanci w dziedzinie chemikaliów zazwyczaj dobrze wykonują swoją pracę. Ale krócej pracujący konsultanci także mogą zapewnić porównywalne wyniki. W każdym wypadku zachowaj krytyczne podejście, jeżeli odniesiesz wrażenie, że konsultant dysponuje ograniczoną wiedzą na temat REACH.

3) Dobra opinia, w szczególności w twoim sektorze

Zapytaj przedstawicieli innych przedsiębiorstw w twoim sektorze lub łańcuchu dostaw o ich doświadczenia. Dobra opinia jest zawsze wskaźnikiem właściwego świadczenia usług.

4) Członkostwo w odpowiednim stowarzyszeniu sektorowym

Konsultanci, którzy są członkami różnych stowarzyszeń, są często poddawani przez nie krytycznej ocenie. W takim wypadku znajdziesz odpowiednie informacje w materiałach prezentacyjnych konsultanta lub w stowarzyszeniu. Niektóre stowarzyszenia opracowały normy lub certyfikaty jakości.

5) Czy konsultant poświęca wystarczającą ilość czasu na zapoznanie się z twoją szczególną sytuacją?

Każdy przypadek jest inny. Podczas waszego pierwszego spotkania konsultant powinien poświęcić wystarczającą ilość czasu na wysłuchanie informacji na temat twojego szczególnego przypadku. Krótkie i powierzchowne spotkanie jest nie do przyjęcia.

6) Czy konsultant wykazuje otwarte i elastyczne podejście w odniesieniu do twoich wystąpień i pomysłów?

Omawiasz z konsultantem swój konkretny problem i najlepiej znasz swoje przedsiębiorstwo. Konsultant powinien wykazywać otwarte i konstruktywne podejście do twoich wystąpień i pomysłów oraz chęć do ich wspólnego omówienia i podjęcia decyzji w sprawie najlepszego dalszego sposobu postępowania.

7) Czy konsultant potrafi wyrażać się w sposób dla ciebie zrozumiały?

Rozporządzenie REACH jest złożonym aktem prawnym poruszającym rozmaite kwestie, które należy wziąć pod uwagę (np. prawne, chemiczne, ekonomiczne, związane z zarządzaniem ryzykiem itd.). Konsultant powinien potrafić przedstawić ci swoje pomysły i propozycje w zrozumiały sposób, aby umożliwić ci podjęcie świadomej decyzji.

8) Czy konsultant może skutecznie wytyczyć kierunek twoich działań?

Twoja znajomość wymogów REACH może być niewystarczająca. Konsultant ma korygować twoje błędy i podpowiadać lepsze rozwiązania. W przeciwnym wypadku dlaczego miałbyś/miałabyś płacić za jego usługi?

9) Czy znasz innych klientów konsultanta i sektory, w których działa?

Zapoznanie się z inną działalnością swojego konsultanta w twoim sektorze lub w przedsiębiorstwach, które mogą znajdować się w podobnej sytuacji, może okazać się użyteczne. Zapytaj go o jego inne bieżące i poprzednie projekty.

10) Czy informacje wynikające z referencji są dla Ciebie przekonujące?

Konsultanci zazwyczaj przedstawiają referencje. Zawarte w nich informacje powinny być satysfakcjonujące. Możesz też rozważyć możliwość bezpośredniego kontaktu z wybranymi osobami, które udzieliły referencji.

11) Czy w towarzystwie konsultanta czujesz się swobodnie?

Będziesz z nim intensywnie współpracować przez najbliższe miesiące. Wrażenia odniesione przez Ciebie i Twoich współpracowników mają znaczenie.

12) Czy powinieneś/powinnaś mieć wątpliwości?

Może będziesz musiał/musiła wziąć pod uwagę fakt, że tania oferta złożona przez konsultanta nie zawsze musi być najlepsza. Praca konsultanta zawsze wymaga wysiłku. Zachowaj ostrożność, gdy konsultanci proponują zniżkę na swoje usługi.

### III. Wiedza konsultanta

1) Czy konsultant ma praktyczne doświadczenie w Twoim sektorze, na konkretnym rynku i w Twoim otoczeniu biznesowym?

Zadawanie pytań i żądanie referencji może okazać się użyteczne. Znajomość Twojego konkretnego rynku byłaby cenna, najlepiej w połączeniu z doświadczeniem konsultanta w tym zakresie. Spróbuj ustalić, co Twój konsultant może dla Ciebie zrobić. Pytania zadawane przez Ciebie i Twoich współpracowników nie mogą pozostać bez odpowiedzi.

2) Czy konsultant potrafi przyznać się do swoich ograniczeń zawodowych i wskazać alternatywnego eksperta w dodatkowych dziedzinach?

Nie ma osoby, która wie wszystko. Jednak dostęp konsultanta do wszystkich zasobów, jakie są konieczne w celu dokonania rejestracji, ma istotne znaczenie. Musisz wiedzieć, co Twój konsultant może wykonać samodzielnie, a co trzeba zlecić podmiotom zewnętrznym. Musisz też wziąć pod uwagę, że zlecenie zbyt wielu czynności podmiotom zewnętrznym może narazić na szwank harmonogram; na taką okoliczność Twój konsultant powinien mieć przygotowany „plan B”.

### IV. Podejście konsultanta do rozwiązania problemu

1) Czy masz zaufanie do jego podejścia do kwestii analizy i rozwiązywania problemów oraz stosowanej w tym celu metody?

To kolejny aspekt personalny. To Twoje przedsiębiorstwo, więc Ty i Twoi współpracownicy musicie mieć zaufanie do jakości usług oferowanych przez konsultanta.

2) Czy przed zaproponowaniem rozwiązań konsultant poświęca czas na zrozumienie problemu?

Umiejętność słuchania ma kluczowe znaczenie dla zrozumienia i rozwiązania problemu. Zazwyczaj żaden konsultant nie jest w stanie poznać twojego przedsiębiorstwa podczas pierwszego spotkania. A to znaczy, że musisz mu przedstawić swoją konkretną sytuację i potrzeby. Uważaj, aby nie dać się naciągnąć konsultantowi, który po prostu potrafi dobrze sprzedać swoje usługi – „standardowy pakiet” może okazać się nieodpowiedni dla ciebie.

3) Czy konsultant podchodzi do problemów w sposób otwarty i wieloaspektowy?

REACH umożliwia wiele rozwiązań tego samego problemu. Możesz np. przeprowadzić badania lub zastosować metody alternatywne (takie jak wnioskowanie przez analogię). Pierwsze rozwiązanie cechuje większa dokładność, drugie – niższy koszt, jeżeli zostanie przyjęte. Dyskusje prowadzone w ramach forów wymiany informacji o substancjach (SIEF) także odgrywają istotną rolę w tej kwestii. Tylko ocena konkretnych przypadków pozwala stwierdzić, który sposób postępowania jest najlepszy.

Czasem odstąpienie od ujęcia wszystkich dotychczas wykorzystywanych zastosowań może się opłacić. Rozwiązanie, które jest dobre dla twojego konkurenta wytwarzającego tę samą substancję, nie musi być odpowiednie dla ciebie. Już te dwa przykłady świadczą o tym, że rozwiązanie standardowe nie istnieje. Dlatego też możliwie szeroka ocena twojej sytuacji przez konsultanta i próba znalezienia najlepszego rozwiązania, odpowiedniego dla ciebie, ma tak wielkie znaczenie.

Jeżeli twój konsultant doradzi ci postępowanie wykraczające poza zakres wspólnego przedkładania danych, to należy wyraźnie stwierdzić, że możliwe jest tylko częściowe wycofanie się z określonych informacji. Nawet w takim przypadku powinien przedstawić ci należyte uzasadnienie częściowego wycofania i upewnić się, że dysponujesz pełnoprawnym dostępem do wymaganych w wyniku tego danych.

4) Czy konsultant oferuje ci indywidualne rozwiązanie, a nie standardowy produkt? A jeżeli oferuje standardowy produkt, to czy jest on dla ciebie odpowiedni?

Standardowe rozwiązania mogą się sprawdzić w określonych przypadkach i zazwyczaj mniej kosztują, ale jak już wspomniano wyżej, rozporządzenie REACH jest złożone i każdy przypadek wymaga bardzo dokładnej i indywidualnej oceny.

5) Czy konsultant dąży do zrównoważonych rozwiązań?

Skompletowanie dokumentacji to sukces. Musisz jednak mieć pewność, że dane spełniają wymagania ustanowione w REACH. Na przykład jakość danych uzyskanych w wyniku badań musi być wystarczająca, tożsamość twojej substancji i odpowiednie wyniki badań muszą być jednoznacznie przedstawione, a podane narażenie i zastosowania powinny być realistyczne. Wybrany przez ciebie konsultant powinien wziąć pod uwagę te aspekty i udzielić odpowiedzi na twoje pytania. Bądź krytycznie nastawiony/nastawiona do propozycji przewidujących odstąpienie od każdego parametru docelowego.

## V. Wsparcie

### 1) Czy konsultant jest w stanie zapewnić ci wsparcie w żądany przez siebie sposób?

Im większa jest liczba zatrudnianych przez niego pracowników, tym więcej zasobów może w razie potrzeby przeznaczyć na twoje potrzeby. Po określeniu swoich potrzeb i ich zakresu powinieneś/powinnaś zażądać od konsultanta zapewnienia przewidzianych dla ciebie zasobów.

### 2) Czy zakres działania obu stron jest wyraźnie określony?

Omów obowiązki związane z następującymi kwestiami:

- analiza sytuacji w przedsiębiorstwie i możliwe zobowiązania;
- zarządzanie narzędziami informatycznymi takimi jak międzynarodowa ujednoczona baza informacji chemicznych (IUCLID) i narzędzie do oceny bezpieczeństwa chemicznego oraz do sprawozdawczości (CHESAR) oraz wprowadzanie do nich danych;
- negocjacje w ramach forów wymiany informacji o substancjach (SIEF) lub konsorcjów oraz zarządzanie nimi.

### 3) Czy w nagłych przypadkach konsultant będzie dostępny także poza typowymi godzinami pracy?

Jego dostępność może być przydatna, chociaż niekoniecznie kluczowa z punktu widzenia celów REACH. Może jednak zyskać na znaczeniu w przypadku problemów technicznych, np. w razie wystąpienia problemów informatycznych w trakcie przedkładania dokumentacji rejestracyjnej.

### 4) Czy podczas osobistej rozmowy odnosisz wrażenie, że konsultant jest zainteresowany właściwym rozwiązaniem twojego problemu i wykazuje odpowiednią motywację?

Osoba z firmy doradczej, która jest odpowiedzialna za twój projekt, powinna zmotywowana i zainteresowana pracą w zakresie twojego zadania. Jeżeli odnosisz przeciwne wrażenie, dobrze przemyśl tę współpracę.

## VI. Zasoby, jakimi dysponuje konsultant

### 1) Czy jesteś zadowolony/zadowolona z zasobów, jakimi dysponuje konsultant?

Najpierw obejrzyj jego biuro i stronę internetową. Poproś konsultanta, aby pokazał ci odpowiednie obiekty, w tym pomieszczenia należące do podmiotów świadczących usługi (np. laboratoria badawcze), jeśli będą wykorzystywane. Weź pod uwagę, że niewiele firm doradczych posiada wszystkie zasoby w swoim biurze, ale powinny mieć dostęp do zasobów wymaganych na potrzeby twojego projektu i odpowiednie powiązania. W zależności od koniecznych badań można wybrać różne podmioty świadczące usługi (co znaczy, że można nawiązać nowe relacje biznesowe z innymi laboratoriami lub podmiotami świadczącymi usługi). Kwestię tę można rozstrzygnąć np. w ramach SIEF.

Zapytaj swojego konsultanta, dlaczego uważa, że zasoby są wystarczające na potrzeby twojego konkretnego projektu.

2) Czy materiały PR (np. broszury, wygląd strony internetowej) cię przekonują?

Często wygląd broszur i strony internetowej w pewnym stopniu świadczy o profesjonalizmie przedsiębiorstwa. Zachowaj jednak ostrożność w tym względzie, gdyż czasem dobrym wyglądem firma próbuje maskować swoje niewystarczające kompetencje.

3) Czy odpowiada ci lokalizacja biura konsultanta?

Niektórzy ludzie lubią prowadzić rozmowy osobiście, inni nie. Zastanów się, jakie są twoje preferencje i preferowany sposób porozumiewania się.

4) Czy jesteś zadowolony/zadowolona z dyspozycyjności (np. telefon, poczta...)?

Elastyczny sposób korzystania z usług telekomunikacyjnych zapewnia ci szeroki wachlarz potencjalnych konsultantów, a więc i większy rynek, z którego możesz wybrać najlepszą dla siebie ofertę. Powinieneś/powinnaś jednak dojść do porozumienia z konsultantem w kwestii żądanej intensywności waszych kontaktów i preferowanego przez ciebie sposobu porozumiewania się.

5) Czy została wyznaczona jedna osoba, która od początku do końca będzie nadzorować i monitorować projekt?

Twoja decyzja w sprawie wyboru firmy doradczej będzie w znacznej mierze uzależniona od wrażenia, jakie sprawiły na tobie osoby, które dotychczas spotkałeś/spotkałaś. Upewnij się, że ci sami ludzie będą zaangażowani w twój projekt. W szczególności upewnij się, że spotykasz się i rozmawiasz z osobą, która będzie projekt nadzorować.

6) Czy kierownik nadzorujący projekt jest osobą, z którą będziesz się bezpośrednio kontaktował? Jeżeli nie, to czy została wyznaczona inna osoba odpowiedzialna?

Kierownik projektu powinien być osobą wyznaczoną do kontaktu z tobą. W każdym razie powinna zostać wyznaczona osoba odpowiedzialna za twój projekt. Ta osoba będzie jednocześnie osobą do kontaktu. Zdecydowanie unikaj sytuacji, w której zakres odpowiedzialności i obowiązków pozostaje niejasny.

7) Czy znasz współpracowników kierownika projektu i czy masz wiedzę na temat ich umiejętności, odbytych szkoleń, uzyskanych certyfikatów itd.?

Zdobądź informacje o całej firmie doradczej. Postaraj się jak najwięcej dowiedzieć o innych uczestnikach projektu i ich wkładzie. Upewnij się, że wszystkie istotne obszary podlegają konkretnej osobie. W celu obniżenia kosztów możesz włączyć do projektu także osoby ze swojego przedsiębiorstwa. Przed zaakceptowaniem konsultanta najlepiej byłoby spotkać się z całym zespołem zajmującym się projektem.



## VII. Relacje biznesowe

- 1) Czy, w porównaniu z innymi, oferta konsultanta jest najbardziej odpowiednia dla twoich potrzeb?

Nie zaleca się poprzestania na rozpatrzeniu tylko jednej oferty. Upewnij się, że dobrze orientujesz się w sytuacji na rynku. Sprecyzuj, czego potrzebujesz i ile jesteś skłonny/skłonna za to zapłacić.

- 2) Czy wstępne spotkanie orientacyjne jest bezpłatne?

Możesz oczekiwać, że wstępne spotkanie orientacyjne będzie bezpłatne, to powszechna praktyka.

- 3) Czy oferta jest przejrzysta i prawidłowa w odniesieniu do terminów, celów i trybu pracy?

Sprecyzuj te wymagania już na początkowym etapie, aby uniknąć ewentualnych późniejszych nieporozumień. Bardzo istotne znaczenie ma także przeprowadzenie krytycznej oceny tych aspektów wspólnie z konsultantem. Na tym etapie łatwiej można korygować błędy.

- 4) Czy jesteś zadowolony/zadowolona z oferty, w szczególności z takich jej aspektów jak:

- a. cena za świadczone usługi:  
Porównaj ceny rynkowe, aby uzyskać pełny obraz, i zdecyduj, co jest dla ciebie najlepsze.
- b. tryb płatności:  
Unikaj pełnej przedpłaty. Możesz wyrazić zgodę na płatność w ratach w zależności od dotychczas wykonanej pracy. To zapewni ci bezpieczeństwo, a konsultantowi motywację do terminowego wykonania pracy. Rozważ kwestię kar nakładanych w przypadku nieprawidłowego lub nieterminowego wykonania pracy.
- c. możliwość unieważnienia umowy:  
Określ scenariusze umożliwiające unieważnienie umowy, np. w sytuacji gdy ustalone terminy nie są przestrzegane, koszty stają się zbyt wysokie, zasoby stają się niedostępne, jakość nie odpowiada standardom.
- d. uzgodnienia dotyczące budżetu i odchyleń:  
Jednoznacznie uzgodnij z konsultantem, ile środków może on zużyć na różne zadania takie jak np. badania, administracja, reprezentowanie ciebie na posiedzeniach (SIEF, konsorcja). Warunki i procedury odchyleń powinny być uzgodnione z wyprzedzeniem.
- e. prawa przyznane twojemu przedsiębiorstwu:  
Jeżeli twoje przedsiębiorstwo nie uzyska tytułu własności do wyników pracy świadczonej przez konsultanta, powinno przynajmniej zapewnić sobie wszystkie prawa konieczne do korzystania z wyników pracy konsultanta do celów REACH i ich udostępniania.

- 5) Czy konsultant przewiduje monitorowanie postępu projektu i czy istnieją obiektywne wskaźniki tego postępu?

Tego typu wskaźniki mogą być przydatne. Proces staje się bardziej przejrzysty i można łatwiej śledzić postęp kompletowania dokumentacji. Poproś konsultanta o przekazanie tych wskaźników lub opracujcie je razem.

- 6) Czy konsultant poniesie konsekwencje, jeżeli cele nie zostaną osiągnięte w terminie lub wcale?

W niektórych sektorach, w przypadku niedotrzymania terminów lub niewykonania celów, zazwyczaj nakłada się kary.

- 7) Czy wprowadzono środek na wypadek ewentualnych problemów?

Spytaj konsultanta o „plan B” i uzyskaj gwarancję, że będzie pracował nad twoim projektem do czasu zgodnego z prawem wprowadzenia twojej substancji do obrotu.

- 8) Czy masz gwarancję, że konsultant nie pracuje dla twoich konkurentów?

Ten aspekt nie musi być istotny. Może nawet okazać się korzystny, gdyż konsultant zdobywa wówczas większe doświadczenie w podobnej sprawie. Upewnij się jednak, że nie dochodzi do złamania obowiązku zachowania poufności [np. ujawnienia poufnych informacji handlowych (CBI)].

- 9) Czy masz pewność, że konsultant będzie dyskretny i żadne poufne informacje handlowe nie zostaną ujawnione?

Know-how ma kluczowe znaczenie i musi podlegać ochronie. Upewnij się, że konsultant zachowa milczenie w każdej kwestii, jaką uznasz za poufną w swoim przedsiębiorstwie. Kwestie te należy szczegółowo określić w umowie o świadczeniu usług, która powinna zawierać odpowiednie kary lub środki prawne.

- 10) Czy umowa obejmuje działania następcze i czy są one jednoznacznie określone?

Jak już wspomniano wcześniej, rejestracja to dopiero początkowy etap dłuższego procesu. Jeżeli chcesz, aby konsultant był odpowiedzialny za działania następcze, nie zapomnij uzgodnić tego na wczesnym etapie. Upewnij się, że znasz wszelkie potencjalne koszty, które mogą wystąpić w późniejszym terminie.

Jeżeli podejmiesz decyzję o przejęciu monitorowania i ewentualnych działań następczych po przedłożeniu dokumentacji, upewnij się, że otrzymałeś/otrzymałaś od konsultanta wszystkie informacje konieczne dla zapewnienia bezproblemowego przekazania. Mogą to być np. proste kwestie, takie jak nazwy użytkowników i hasła do systemu REACH-IT, a także świadectwa badań i nieprzetworzone dane do dokumentacji rejestracyjnej. Możesz potrzebować tych informacji w przypadku weryfikacji zgodności twojej dokumentacji.