

W prezentowanej publikacji autor przedstawia związki przyczynowo-skutkowe pomiędzy działaniami producentów ukierunkowanymi na bezpieczeństwo ludzi i środowiska, a rozwiązaniami organizacyjno-prawnymi chroniącymi konsumentów jako słabszą stronę rynku. Problematyka ta nabiera bowiem coraz większego znaczenia. Jednym z istotnych zjawisk gospodarczych, jakie decydują o obliczu współczesnego obrotu towarowo-pieniężnego, jest bowiem szybki postęp naukowo-techniczny w wielu dziedzinach wytwórczości. Produkty są nacechowane coraz większym stopniem złożoności, a ich wytwarzanie wymaga większej wiedzy, również menedżerskiej. Zarządzanie przedsiębiorstwem zwrócone ku innowacjom nie zawsze jednak nadąża za tym postępem. Może się więc zdarzyć, że oferowany przez przedsiębiorstwo produkt trzeba będzie wycofać z rynku i z użytkowania, a także zapłacić odszkodowanie. Zatem przedsiębiorstwo czerpiące korzyści ze sprzedaży swoich produktów musi być przygotowane na różnego rodzaju ryzyka. Dlatego też warto, aby przedsiębiorstwa wytwórcze zwróciły uwagę na nowe rozwiązania, które z jednej strony mogą przyczynić się do zapewnienia większego bezpieczeństwa konsumentom i środowisku, z drugiej zaś – wpłynąć na zmniejszenie ryzyk związanych z odpowiedzialnością za swoje produkty.

Spis treści:

Wstęp

Część 1. Odpowiedzialność za produkt w przedsiębiorstwie

1. Pojęcia podstawowe

- 1.1. Wprowadzenie
- 1.2. Przedsiębiorca
- 1.3. Klient/konsument
- 1.4. Produkt, produkt niebezpieczny, produkt bezpieczny
 - 1.4.1. Produkt
 - 1.4.2. Produkt niebezpieczny
 - 1.4.3. Produkt bezpieczny
- 1.5. Szkoda, odszkodowanie
- 1.6. Podsumowanie

2. Kształtowanie odpowiedzialności za produkt

- 2.1. Wprowadzenie
- 2.2. Geneza odpowiedzialności za produkt
- 2.3. Podejście do bezpieczeństwa ludzi i środowiska
 - 2.3.1. Potrzeba ujednoczenia wymogów i standardów
 - 2.3.2. Obszar regulowany i nieregulowany
- 2.4. Ujęcie zgodności produktu z wymaganiami
 - 2.4.1. Rozwiązania w obszarze regulowanym
 - 2.4.2. Rozwiązania w obszarze nieregulowanym
- 2.5. Podsumowanie

3. Ochrona konsumenta wyznacznikiem wytwarzania produktu

- 3.1. Wprowadzenie
- 3.2. Prawa konsumenta
 - 3.2.1. Prawo do rzetelnej informacji
 - 3.2.2. Prawo do ochrony zdrowia i bezpieczeństwa
 - 3.2.3. Prawo do wyboru
 - 3.2.4. Prawo do wysłuchania głosu konsumenta
 - 3.2.5. Prawo do pozytywnego załatwienia uzasadnionych reklamacji
 - 3.2.6. Prawo do edukacji
 - 3.2.7. Prawo do życia w zdrowym środowisku
 - 3.2.8. Prawo do zaspokojenia podstawowych potrzeb
- 3.3. Regulacje chroniące prawa konsumenta
 - 3.3.1. Rozwiązania w zakresie bezpieczeństwa
 - 3.3.2. Reklamacje
- 3.4. Podsumowanie

Część 2. Innowacje w przedsiębiorstwie w kontekście odpowiedzialności za produkt

4. Innowacje – istota, rozwiązania

- 4.1. Wprowadzenie
- 4.2. Istota innowacji
 - 4.2.1. Pojęcie innowacji
 - 4.2.2. Źródła innowacji
 - 4.2.3. Rodzaje innowacji
 - 4.2.4. Bariery innowacji
- 4.3. Rozwiązania innowacyjne w obszarach sprzedaży i zakupów
 - 4.3.1. Niezgodność towaru z umową i rękojmią
 - 4.3.2. Sprzedaż i zakupy on-line
- 4.4. Odpowiedzialność za produkt i innowacje w standardach jakości
 - 4.4.1. Geneza standardów jakości jako innowacji organizacyjnych
 - 4.4.2. Rozwiązania ukierowane na ład organizacyjny
 - 4.4.3. Rozwiązania dotyczące doskonalenia
 - 4.4.4. Rozwiązania ukierunkowane na spójność, kompatybilność i zwiększenie zadowolenia klienta/konsumenta
 - 4.4.5. Rozwiązania ukierunkowane na integrację systemów zarządzania
- 4.3.6. Wymagania normy ISO 9001, a kwestia odpowiedzialności za produkt
- 4.5. Podsumowanie

5. Gwarancja jako szczególny obszar działań innowacyjnych przedsiębiorstwa związany z odpowiedzialnością za produkt

- 5.1. Wprowadzenie
- 5.2. Gwarancja jakości
- 5.3. Wybrane obszary innowacji w zakresie gwarancji jakości
 - 5.3.1. Gwarancja przedłużona
 - 5.3.2. Gwarancja rozszerzona
 - 5.3.3. Gwarancja door-too-door
 - 5.3.4. Gwarancja dożywotnia
 - 5.3.5. Gwarancja nadzwyczajna
- 5.4. Podsumowanie

6. Kierunki rozwoju odpowiedzialności za produkt w przedsiębiorstwie uwzględniające innowacje

Zakończenie

Bibliografia

Spis rysunków

Spis tabel

Krzysztof Zymonik

absolwent kierunku Prawo Uniwersytetu Wrocławskiego, doktor nauk ekonomicznych, adiunkt w Katedrze Infrastruktury Zarządzania Politechniki Wrocławskiej, gdzie prowadzi zajęcia dydaktyczne z zakresu prawa. Ma pięcioletnią praktykę zawodową (jako prawnik) w organizacjach gospodarczych. Jest również wykładowcą we Wrocławskim Centrum Transferu Technologii. Jego zainteresowania naukowo-badawcze koncentrują się wokół zagadnień związanych z odpowiedzialnością producentów za produkt (product liability) i prawami konsumenta ukierunkowanych na zarządzanie organizacjami.