

Spis treści

Wstęp	9
-------	---

Część 1

Odpowiedzialność za produkt w przedsiębiorstwie	15
---	----

1. Pojęcia podstawowe	16
------------------------------	----

1.1. Wprowadzenie	16
-------------------	----

1.2. Przedsiębiorca	17
---------------------	----

1.3. Klient/konsument	27
-----------------------	----

1.4. Produkt, produkt niebezpieczny, produkt bezpieczny	38
---	----

1.4.1. Produkt	38
----------------	----

1.4.2. Produkt niebezpieczny	48
------------------------------	----

1.4.3. Produkt bezpieczny	53
---------------------------	----

1.5. Szkoda, odszkodowanie	59
----------------------------	----

1.6. Podsumowanie	68
-------------------	----

2. Kształtowanie odpowiedzialności za produkt	69
--	----

2.1. Wprowadzenie	69
-------------------	----

2.2. Geneza odpowiedzialności za produkt	69
--	----

2.3. Podejście do bezpieczeństwa ludzi i środowiska	71
---	----

2.3.1. Potrzeba ujednoczenia wymogów i standardów	71
---	----

2.3.2. Obszar regulowany i nieregulowany	74
--	----

2.4. Ujęcie zgodności produktu z wymaganiami	86
--	----

2.4.1. Rozwiązania w obszarze regulowanym	86
---	----

2.4.2. Rozwiązania w obszarze nieregulowanym	91
--	----

2.5. Podsumowanie	94
-------------------	----

3. Ochrona konsumenta wyznacznikiem wytwarzania produktu	95
3.1. Wprowadzenie	95
3.2. Prawa konsumenta	98
3.2.1. Prawo do rzetelnej informacji	98
3.2.2. Prawo do ochrony zdrowia i bezpieczeństwa	102
3.2.3. Prawo do wyboru	105
3.2.4. Prawo do wysłuchania głosu konsumenta	108
3.2.5. Prawo do pozytywnego załatwienia uzasadnionych reklamacji	110
3.2.6. Prawo do edukacji	111
3.2.7. Prawo do życia w zdrowym środowisku	114
3.2.8. Prawo do zaspokojenia podstawowych potrzeb	115
3.3. Regulacje chroniące prawa konsumenta	116
3.3.1. Rozwiązania w zakresie bezpieczeństwa	116
3.3.2. Reklamacje	149
3.4. Podsumowanie	159

Część 2

Innowacje w przedsiębiorstwie w kontekście odpowiedzialności za produkt	161
--	-----

4. Innowacje – istota, rozwiązania	162
4.1. Wprowadzenie	162
4.2. Istota innowacji	165
4.2.1. Pojęcie innowacji	165
4.2.2. Źródła innowacji	173
4.2.3. Rodzaje innowacji	176
4.2.4. Bariery innowacji	181
4.3. Rozwiązania innowacyjne w obszarach sprzedaży i zakupów	186
4.3.1. Niezgodność towaru z umową i rękojmia	186
4.3.2. Sprzedaż i zakupy on-line	198
4.4. Odpowiedzialność za produkt i innowacje w standardach jakości	209
4.4.1. Geneza standardów jakości jako innowacji organizacyjnych	209
4.4.2. Rozwiązania ukierowane na ład organizacyjny	214
4.4.3. Rozwiązania dotyczące doskonalenia	215

4.4.4. Rozwiązania ukierunkowane na spójność, kompatybilność i zwiększenie zadowolenia klienta/konsumenta	218
4.4.5. Rozwiązania ukierunkowane na integrację systemów zarządzania	221
4.3.6. Wymagania normy ISO 9001, a kwestia odpowiedzialności za produkt	222
4.5. Podsumowanie	228
5. Gwarancja jako szczególny obszar działań innowacyjnych przedsiębiorstwa związany z odpowiedzialnością za produkt	230
5.1. Wprowadzenie	230
5.2. Gwarancja jakości	231
5.3. Wybrane obszary innowacji w zakresie gwarancji jakości	247
5.3.1. Gwarancja przedłużona	248
5.3.2. Gwarancja rozszerzona	250
5.3.3. Gwarancja <i>door-to-door</i>	252
5.3.4. Gwarancja dożywotnia	252
5.3.5. Gwarancja nadzwyczajna	254
5.4. Podsumowanie	254
6. Kierunki rozwoju odpowiedzialności za produkt w przedsiębiorstwie uwzględniające innowacje	256
Zakończenie	265
Bibliografia	269
Spis rysunków	283
Spis tabel	284