

outsourcing, gdzie wiele zadań i prac jest realizowanych nie jak dotychczas – własnymi siłami firmy, lecz przez wyspecjalizowane firmy zewnętrzne. Podejmując decyzję o zastosowaniu usług outsourcingowych w marketingu, kierownictwo firmy powinno uwzględnić wszystkie wyżej wymienione wady i zalety outsourcingu. Mimo pewnych wad wykorzystania outsourcingu, widać jednak bezsporne korzyści wynikające z jego zastosowania. Obniżka kosztów i lepsza jakość świadczonych usług przez firmę outsourcingową są główną przesłanką ich praktycznego wykorzystania. Rola i znaczenie outsourcingu w obecnych czasach nie jest jeszcze znaczące niemniej jednak wydaje się, że jest to sytuacja przejściowa i w niedługiej przyszłości stanie się on jednym z ważniejszych sposobów prowadzenia rozmaitych typów działalności gospodarczej.

Literatura

1. Bartczak, Wybór wart ryzyka, Computerworld Raport, Luty 2000, s.6
2. Nowicki, M. Sobińska, Rola outsourcingu w zarządzaniu systemami informacyjnymi przedsiębiorstw, Strategia systemów informacyjnych, Materiały konferencyjne, Ryto wrzesień 1999.
3. K. Zimniewicz, Współczesne koncepcje i metody zarządzania, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1999.

BADANIE POPRAWNOŚCI MERYTORYCZNEJ KART GWARANCYJNYCH WYSTAWIONYCH W POLSCE PRZEZ FIRMY KRAJOWE I ZAGRANICZNE

*Szymon Salamon, Cyprian Grabowski
Politechnika Częstochowska, Polska*

Streszczenie

Karta gwarancyjna jest dokumentem wypełniającym wiele funkcji między nabywcą i producentem. Właściwe kształtowanie stosunków między nabywcą i producentem, uzależnione jest od stopnia jej kompletności, wymaganej uregulowaniami Kodeksu Cywilnego. Badania kompletności kart gwarancyjnych wykonano dla całej ich próbki oraz dla próbek kart pochodzących z firm krajowych i zagranicznych.

1. Gwarancja a dokument gwarancyjny

Gwarancja to zobowiązanie sprzedawcy lub producenta do usunięcia wad fizycznych rzeczy sprzedanej lub wymiany rzeczy na rzecz wolną od wad, jeśli wady te ujawniają się w terminie i na który udzielona została gwarancja [1].

Instytucja gwarancji jest jednym ze środków prawnych służących kształtowaniu i ochronie należytej jakości towarów wprowadzonych do obrotu. Ma ona względem umowy sprzedaży charakter akcesoryjny, co oznacza, że jej występowanie (obowiązywanie) uzależnione jest od istnienia ważnej umowy sprzedaży.

Do udzielenia gwarancji dochodzi w drodze zawarcia dobrowolnej umowy. Wyrazami zawarcia tej umowy jest najczęściej wręczenie kupującemu stosownego dokumentu

gwarancyjnego, zwanego **kartą**, czy **książeczką gwarancyjną**. Kupujący oświadcza wolę o przyjęciu gwarancji w dowolny sposób (każda forma przyjęcia gwarancji jest dopuszczalna). Forma pisemna gwarancji jest powszechnie stosowana, choć nie jest warunkiem niezbędnym dla udzielania (powstania) gwarancji, forma pisemna jest wymagana do celów dowodowych, w przypadku jej braku wystąpią utrudnienia dowodowe. Stąd też można uznać, że wręczenie dokumentu gwarancyjnego (książeczki gwarancyjnej) i jej przyjęcie przez kupującego jest wyrazem zawarcia umowy gwarancyjnej.

Szczegółowe uprawnienia, ale i obowiązki stron stosunku gwarancyjnego mogą ponadto być (i są) kształtowane treścią dokumentu gwarancyjnego [2]. W związku z tym dla ich właściwej oceny niezbędne jest przeprowadzenie szczegółowej ich analizy. Należy przy tym wskazać, że dokument gwarancyjny (karta gwarancyjna) winien spełniać kilka funkcji, wśród których wymienić można w szczególności:

1. Funkcje dokumentalną (dokumentacja zawarcia umowy gwarancyjnej).
2. Funkcje konstytutywną, kształtującą (kształtującą treść stosunku gwarancyjnego).
3. Funkcje legitymującą (uprawniającą do kierowania roszczeń z tytułu gwarancji).
4. Funkcje informacyjno – edukacyjną (informującą o wzajemnych prawach i obowiązkach stron umowy gwarancyjnej).
5. Funkcje ewidencyjną (dokumentowania przebiegu gwarancji, a w szczególności ilości, rodzaju i czasokresu napraw gwarancyjnych).

W praktyce nie zawsze wskazane funkcje są spełnione przez dokument gwarancyjny. Szczególnie duże zastrzeżenia mieć można do roli informacyjnej kart gwarancyjnych, bowiem nie tylko, że niekiedy treść dokumentu gwarancyjnego nie w pełni realizuje tę funkcję, to zdarzają się przypadki, że zawiera ona postanowienia dezinformujące (np. stwierdzające, że zgubienie lub zmniejszenie dokumentu pozbawia możliwości korzystania z gwarancji).

2. Badanie kart gwarancyjnych

Przedmiotem analizy [3,4] będzie kilkadziesiąt kart gwarancyjnych różnych przedmiotów potrzebnych w gospodarstwie domowym. Przedmioty, których karty gwarancyjne będą poddawane badaniu są produkowane przez różne firmy zarówno polskie jak i zagraniczne.

Zgodnie z obowiązującymi w Polsce przepisami Kodeksu Cywilnego dotyczącymi gwarancji w dokumencie gwarancyjnym powinny znajdować się następujące elementy:

A – określenie wystawcy dokumentu gwarancyjnego (gwaranta) poprzez wskazanie jego nazwy oraz siedziby.

B – termin, na jaki gwarancji udzielono.

C – datę sprzedaży rzeczy i wydania jej kupującemu.

D – określenie sprzedawcy rzeczy poprzez wskazanie jego nazwy oraz siedziby.

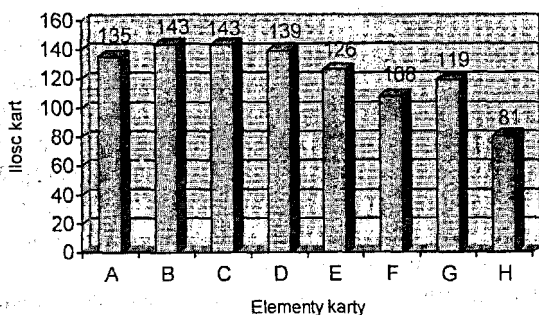
E – uprawnienia przysługujące kupującemu w razie ujawnienia wady.

F – wskazanie ilości napraw, po dokonaniu których kupującemu przysługuje wymiana rzeczy.

G – określenie terminu wykonania naprawy.

H – wskazanie miejsca, do którego kupujący ma dostarczyć rzecz wadliwą.

Badanie będzie polegało na sprawdzeniu czy karty gwarancyjne zawierają wyżej wymienione elementy, zgodnie z wymaganiami Kodeksu Cywilnego.



Rys. 1. Wypełnienie wymagań ustawowych w zakresie elementów karty gwarancyjnej dla całej próbkii

Przeprowadzona analiza kart gwarancyjnych, wskazuje na fakt, że część z nich nie odpowiada wymaganiom kodeksowym. W wielu z nich brakuje jednego lub kilku elementów.

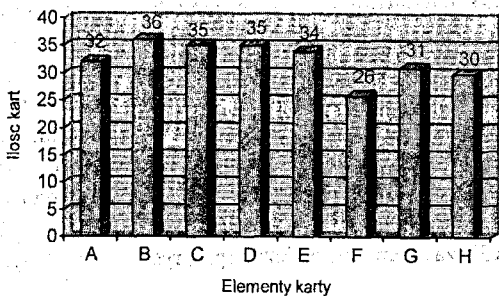
Analizując wyniki badania próbki kart z ich populacji generalnej, można sformułować następujące wnioski generalne:

- można przyjąć, że stan merytoryczny kart w zakresie: określenia adresu wystawcy dokumentu i sprzedającego oraz określenia daty sprzedaży i czasookresu gwarancji nie budzi większych zastrzeżeń,
- natomiast stan merytoryczny kart w zakresie określenia: uprawnień kupującego, ilości bezskutecznych napraw po których następuje wymiana rzeczy na nową, terminu i miejsca ich wykonania, budzić musi najwyższe zaniepokojenie, gdyż stan obecny czasem uniemożliwia skorzystanie z serwisu gwarancyjnego.

Aby otrzymać odpowiedź, które firmy lepiej zabezpieczają interesy klienta, dokonano badania kompletności kart gwarancyjnych wystawionych przez firmy zagraniczne i krajowe.

Firmy zagraniczne

Karty gwarancyjne wystawiane przez podmioty gospodarcze zagraniczne, charakteryzują się dużym stopniem wypełnienia wymagań kodeksu cywilnego. W trakcie badania 36 kart gwarancyjnych stwierdzono 10% brak niektórych wymaganych elementów. W 100% jest uwzględniany element karty gwarancyjnej określający czasookres gwarancji. Natomiast tylko w 72% (i jest najgorszy wynik w tym badaniu) jest określana ilość bezskutecznych napraw po których następuje wymiana rzeczy wadliwej na nową. Część gwarantobiorców może mieć utrudniony dostęp do serwisu gwarancyjnego, gdyż w zakresie informacji o tym serwisie, odnotowano przeszło 16% usterek.

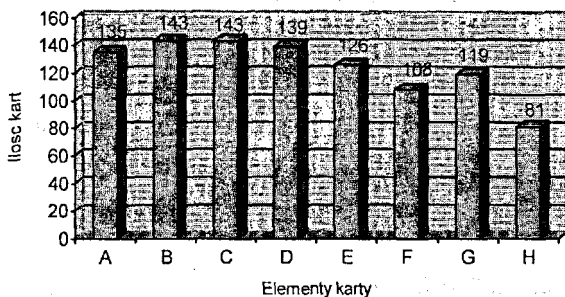


Rys. 2. Stopień wypełnienia wymagań K.C. kart gwarancyjnych dla próbki firm zagranicznych.

Firmy polskie

Badanie kompletności kart gwarancyjnych wystawianych przez podmioty gospodarcze krajowe, niestety wskazuje na lekceważenie obowiązków gwarantodawców. Sformułowane wyżej wnioski dla całej próbki badanych kart, w całości odnoszą się do firm krajowych.

Zbadane karty gwarancyjne wystawione przez firmy krajowe, wykazują, że ponad 15% z nich ma usterki (niezgodności z wymaganiami kodeksowymi). Jest to o 5% więcej, aniżeli dla firm zagranicznych (warto w tym miejscu zaznaczyć, że zbadano 36 kart firm zagranicznych i 108 kart firm krajowych). W prawie 100%, podawany jest czasookres gwarancji. Tylko w 72% są podawane informacje, umożliwiające skorzystanie przez nabywcę z serwisu gwarancyjnego (dla porównania, wskaźnik ten dla firm zagranicznych kształtował się na poziomie 74%). W 51% kart gwarancyjnych wystawionych przez firmy krajowe podają adres punktu napraw gwarancyjnych. Sytuacja ta świadczy o poważnej słabości serwisu gwarancyjnego firm krajowych.



Rys. 3. Stopień wypełnienia wymagań K.C. od kart gwarancyjnych dla próbki firm polskich.

3. Podsumowanie

Generalny obraz, możliwości egzekwowania i dochodzenia praw klienta, na podstawie udzielonej gwarancji na wyrób, rysuje się raczej nie korzystnie po stronie klienta. Powodem tego jest brak elementów karty gwarancyjnej, które umożliwiłyby skorzystanie z serwisów obsługi gwarancyjnej. Można sformułować, prawdopodobnie niewiele mijający się z prawdą, wniosek, że wynika to głównie ze słabości infrastruktury serwisu gwarancyjnego różnego rodzaju firm; tych małych i tych średnich a czasem również firm dużych.

Analiza kompletności kart gwarancyjnych, dla firm zagranicznych i krajowych, nieco tą sytuację wyjaśnia, otóż słabość serwisu gwarancyjnego leży głównie po stronie firm krajowych (por. rys.3), zaś firmy zagraniczne (por. rys.2) raczej w tym względzie prezentują się poprawnie.

Literatura

1. Zdziennicka-Kaczocha G.: Odpowiedzialność podmiotu gospodarczego za wady rzeczy sprzedanej. Wydawnictwo Sigma. Skierniewice 1998.
2. Praca zbiorowa pod redakcją Migdalskiego J.: Inżynieria niezawodności. Poradnik. Wydawnictwo Uczelniane ATR Bydgoszcz, Ośrodek Badania Jakości Wytworów ZETOM Warszawa, Bydgoszcz-Warszawa 1992.
3. Mik J.: Karta gwarancyjna jako dokument regulujący stosunki pomiędzy nabywcą a sprzedawcą. Praca dyplomowa inżynierska. Promotor: Salamon S. Politechnika Częstochowska. Częstochowa 1999.
4. Huras-Puchniarska M.: Gwarancja i rękojmia instrumentami ochrony praw konsumenta. Praca dyplomowa inżynierska. Promotor: Salamon S., Politechnika Częstochowska, Częstochowa 1999.

PROMOCJA MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW NA TARGACH I WYSTAWACH

M. Smolarek, M. Sipa

Politechnika Częstochowska, Polska

Streszczenie

Niniejsze opracowanie przedstawia wsparcie przez państwo udziału małych i średnich przedsiębiorstw w targach i wystawach oraz w jaki sposób przedsiębiorstwo powinno przygotować się do tego typu imprezy, aby odnieść sukces.

Wprowadzenie

W wyniku transformacji politycznej i gospodarczej struktura polskiej gospodarki ulega zasadniczym przeobrażeniom. Następuje dynamiczny rozwój sektora drobnej przedsiębiorczości. Wzrosła liczba małych i średnich przedsiębiorstw (MSP), a wraz z tym zwiększyło się zatrudnienie w tym sektorze oraz jego udział w PKB. W efekcie