

Титова Светлана Владимировна

**КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ, ТОВАРОВ, УСЛУГ И УДОВЛЕТВОРЕНИЕ ИНТЕРЕСОВ
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАК ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР**

В статье рассмотрены главные направления социальной политики предпринимательских структур как нормативного документа. Основное внимание автор уделил таким разделам документа как качество продукции, товара, услуг и удовлетворение интересов потребителей. Именно эти направления социальной политики, как правило, являются приоритетными для всех организаций, однако, сформулировать основные понятия и векторы движения практически ни одна предпринимательская структура не может. Исключения составляют лишь крупные предприятия, уже вышедшие на международный рынок.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2013/4/55.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2013. № 4 (71). С. 180-182. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2013/4/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net



Рис. 1. Алгоритм функционирования системы управления рисками

1) выявление рисков, которые в наибольшей степени влияют на результаты деятельности и разработка эффективной системы мероприятий по минимизации таких рисков;

2) регулярный мониторинг;

3) разграничение ответственности за наступление рисков событий между различными направлениями деятельности и уровнями управления;

4) улучшение показателей эффективности деятельности предприятия путем обеспечения снижения возможных рисков потерь и оптимизации затрат на все мероприятия, направленные на минимизацию рисков;

5) обеспечение роста капитализации предприятия, повышение кредитных и инвестиционных рейтингов.

Таким образом, построение системы риск-менеджмента – это новое конкурентное преимущество для предприятия.

Список литературы

1. Кулаковский В. Залп системы КСУР [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lawmix.ru/bux/29042/> (дата обращения: 20.12.2012).
2. Марцынковский Д. Обзор основных аспектов риск-менеджмента [Электронный ресурс]. URL: http://www.cfin.ru/finanalysis/risk/main_meths.shtml (дата обращения: 07.03.2013).
3. Потутков Д. Корпоративная система управления рисками: через тернии к звездам [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lawmix.ru/bux/25653> (дата обращения: 12.03.2013).
4. Савчук В. Концепция VAR в системе интегрированного риск-менеджмента предприятия [Электронный ресурс]. URL: <http://gaar.ru/articles/56507/> (дата обращения: 07.03.2013).
5. Управление рисками организаций. Интегрированная модель [Электронный ресурс]. URL: http://kriss78.narod.ru/project2/coso_erm_2004_ru_exec.pdf (дата обращения: 07.03.2013).

УДК 338

Экономические науки

В статье рассмотрены главные направления социальной политики предпринимательских структур как нормативного документа. Основное внимание автор уделил таким разделам документа как качество продукции, товара, услуг и удовлетворение интересов потребителей. Именно эти направления социальной политики, как правило, являются приоритетными для всех организаций, однако, сформулировать основные понятия и векторы движения практически ни одна предпринимательская структура не может. Исключения составляют лишь крупные предприятия, уже вышедшие на международный рынок.

Ключевые слова и фразы: предпринимательство; социальная ответственность; качество продукции; интересы потребителей; социальная политика; контроль за поставщиками.

Титова Светлана Владимировна, к. пед. н.

Институт экономики, управления и права (г. Казань), филиал в г. Набережные Челны
idun@yandex.ru

КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ, ТОВАРОВ, УСЛУГ И УДОВЛЕТВОРЕНИЕ ИНТЕРЕСОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАК ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР[©]

Предпринимательство выполняет ряд функций, одна из которых – социальная. Она проявляется на микро- и макроуровне. Социальную функцию предпринимательства на макроуровне также принято называть корпоративной социальной ответственностью. Важнейшим показателем цивилизованности бизнеса выступает уровень его социальной активности и ответственности [3, с. 859].

В настоящее время социальная ответственность предпринимательских структур развита слабо, в этой связи автор предлагает типовой документ, который бы назывался «Социальная политика организации» и включал бы в себя различные социальные направления. Наиболее важными, по мнению автора, являются качество продукции, работ, услуг и удовлетворение интересов потребителей.

Качество продукции, работ, услуг включает в себя контроль за поставщиками и другие условия.

Любая предпринимательская структура должна установить и постоянно поддерживать соответствующий порядок оценки и выбора поставщиков, который основан на их способности удовлетворять требованиям фирмы.

Организация будет вести соответствующую регистрацию обязательств поставщиков по социальной ответственности, включая, но не ограничиваясь следующими письменными обязательствами поставщиков:

- а) подчиняться всем требованиям данного документа;
- б) участвовать в деятельности фирмы по контролю в соответствии с просьбой;
- в) оперативно исправлять любое несоответствие требованиям настоящего документа;
- г) оперативно и исчерпывающе информировать организацию о любых и всех релевантных деловых взаимоотношениях с другими поставщиками и субподрядчиками [5].

Предпринимательская структура должна сохранять обоснованные доказательства того, что все предъявленные требования выполняются поставщиками и субподрядчиками.

Предпринимательская структура должна производить или поставлять продукцию, оказывать услуги, качество которых, а также безопасность для людей и окружающей среды соответствуют всем обязательным требованиям, которые установлены действующими законодательными и нормативными актами.

Предприниматели должны производить или поставлять продукцию, оказывать услуги, качество которых соответствует характеристикам, которые они сами установили в своих технических документах (технических условиях, фирменных стандартах, спецификациях и т.п.), которые они приняли в договорах на поставку, и которые они указали в информации на упаковке, этикетках, а также в рекламе. Предпринимательская структура не должна производить или поставлять контрафактную продукцию или оказывать контрафактные услуги.

Удовлетворение интересов потребителей заключается в информации о безопасности, рассмотрении жалоб и претензий, защите персональных данных о потребителях и предоставлении услуг первой необходимости.

Предпринимательская структура должна:

- передавать любую необходимую информацию о безопасности потребителю. В дополнение к текстовой информации необходимо также использовать символы, согласованные на различных уровнях управления;
- проводить инструктаж (либо оповестить) потребителей относительно правильного использования товаров и предупреждать их о возможных возникающих рисках;
- предотвращать случаи, когда товар может стать опасным в процессе неправильного обращения или хранения пользователем.

Обязанности предпринимательских структур в области рассмотрения жалоб и претензий:

- предотвращение претензий. Предотвращение претензий может быть осуществлено посредством возврата продукции в течение оговоренного периода времени либо получения соответствующей компенсации;
- анализ претензий, совершенствование данного вида деятельности и реакция на претензии;
- информирование потребителей о возможностях оказания услуг по послепродажному обслуживанию, а также о механизмах компенсации и разрешения споров;
- предложение эффективной и разнозначной системы компенсаций и консультаций потребителя;
- предложение услуг по ремонту и сервисному обслуживанию по доступным ценам и в доступных для потребителей местах.

Предпринимательская структура должна выполнять следующие обязательства в области защиты персональных данных потребителей:

- лимитировать сбор персональных данных только той информацией, которая необходима непосредственно для предоставления продукции или оказания услуг. Также следует принять во внимание, что подобная информация должна быть представлена по доброй воле, с согласия потребителя;
- информацию можно собирать только способами, не запрещенными законодательными актами;
- необходимо обязательно обозначать цель сбора персональной информации до или во время сбора данных;
- нельзя предоставлять доступ или использовать персональные данные иначе, чем в целях, которые были указаны. Исключением являются такие случаи, когда получено добровольное согласие потребителя, либо когда это требуется законодательно;
- необходимо дать потребителям право подтвердить, что организация имеет данные, относящиеся к ним, и оспорить эти данные, согласно требованиям закона;
- следует защищать персональные данные потребителей с помощью средств обеспечения безопасности;
- необходимо неприкрыто сообщать об изменениях в политике организации, относящейся к персональным данным потребителей, а также предоставить общепонятные средства для того, чтобы потребитель мог установить основные направления использования персональных данных;
- следует оповестить клиентов о местонахождении, а также предоставить координаты человека, который отвечает за сохранность их персональных данных.

Предпринимательские структуры в области предоставлении услуг первой необходимости гарантируют:

- в случае неуплаты не отключать услуги первой необходимости, если потребителям не была предоставлена возможность определить сроки оплаты и оплатить услугу;

- при определении цен и штрафов предлагать определенный тариф, который бы предусматривал субсидию для нуждающихся;
- деятельность организации должна осуществляться абсолютно прозрачно, открыто, вся информация по установлению цен и взиманию штрафов должна предоставляться потребителям в срок;
- избегать дискриминации отдельных потребителей или групп потребителей при управлении лимитированием или задержками в поставках;
- с целью предотвращения накладок или сбоев в обслуживании бесперебойно модернизировать и поддерживать все свои системы и технологии.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что, исходя из основных направлений социальной политики предпринимательских структур, следует сказать о необходимости ведения работы в данном направлении. Качество продукции, а также удовлетворение интересов потребителей – неотъемлемая часть успешной деятельности любой предпринимательской структуры на рынке.

Список литературы

1. Дементьева А. Корпоративная социальная ответственность // Маркетинг. 2009. № 4 (107). С. 3-12.
2. Лахина А. П. Корпоративная социальная ответственность в условиях современной России // Вестник Московского университета. Серия 21. Управление. 2009. № 1. С. 85-99.
3. Титова С. В., Титова Л. С. Патернализм в предпринимательстве и корпоративная социальная ответственность // Европейский исследователь. 2012. № 6-1 (23). С. 859-863.
4. Харючи С. Н. О необходимости законодательного стимулирования социальной ответственности бизнеса // Юридический мир. 2008. № 11 (143). С. 61-64.
5. <http://www.razdolnoe-rga.gov.ua/files/file/2012/8000.pdf>

УДК 342.951:671(045)

Юридические науки

В статье с учетом анализа последних изменений законодательства рассматриваются проблемы установления административной ответственности за нарушения законодательства Украины в сфере оборота драгоценных металлов и драгоценных камней. Определены противоречия, недостатки, а также перспективные направления совершенствования украинского административного законодательства в данной сфере.

Ключевые слова и фразы: драгоценные металлы; драгоценные камни; правонарушения; административная ответственность; декриминализация.

Титова Юлия Александровна

*Донецкий юридический институт Министерства внутренних дел Украины
uliatitova@inbox.ru*

АДМИНИСТРАТИВНО-ПРАВОВОЙ АСПЕКТ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ОБОРОТА ДРАГОЦЕННЫХ МЕТАЛЛОВ И ДРАГОЦЕННЫХ КАМНЕЙ В УКРАИНЕ[©]

Современная система охраны прав в сфере оборота драгоценных металлов и драгоценных камней формировалась постепенно в большей степени в 90-х годах XX века на постсоветских нормах права. В настоящее время актуальность научных исследований института административной ответственности в данной сфере возрастает в условиях проведения административной реформы, которая началась в Украине в конце 2010 года, а также ввиду декриминализации уголовной ответственности в сфере оборота драгоценных металлов и драгоценных камней.

Целью данной статьи является анализ действующего законодательства относительно административной ответственности за нарушения законодательства Украины в сфере оборота драгоценных металлов и драгоценных камней, определение существующих проблем и путей их решения.

Необходимо отметить, что отдельные теоретические аспекты административной ответственности как правового явления исследовали такие учёные как Б. В. Аверьянов, Д. Н. Бахрах, Г. П. Бондаренко, Ю. П. Бытак, С. В. Кивалов, Ю. М. Козлов, Л. Л. Попов, М. С. Студеникина и другие. При этом вопрос ответственности за нарушения законодательства в сфере оборота драгоценных металлов и драгоценных камней принадлежит к одной из малоисследованных проблем науки административного права, который не достаточно регламентирован в законодательстве.