

System vzdelavania spotrebiteľa a označovania výrobkov

Dôvodom vzniku a realizácie projektu „Kvalita z našich regiónov“ bol nepriaznivý vývoj zastúpenia a podielu tovarov z domácej produkcie na trhu Slovenska. Prieskumy ukázali, že v populácii klesá vnútorné presvedčenie potreby nakupovať domáce výrobky a taktiež ich vzťah k domácim produktom s vekom klesá. Cieľom projektu je zmeniť a stabilizovať spotrebiteľské správanie v prospech domácich produktov prostredníctvom vzdelávania a komunikácie so spotrebiteľom. Je vytvorený za účelom podpory makroekonomiky a podpory vnútorného trhu.

Projekt „Kvalita z našich regiónov“ a jeho členenie

Projekt „Kvalita z našich regiónov“ môžeme rozčleniť na dve časti:

A: System vzdelavania a komunikácie so spotrebiteľom

B: System označovania výrobkov

A: System vzdelavania a komunikácie so spotrebiteľom

1. Základná vzdelávacia a komunikačná kampaň projektu „Kvalita z našich regiónov“

Tvorí základný kameň, filozofiu všetkých ďalších navrhnutých aktivít v systéme vzdelávania spotrebiteľa. Podmienkou dosiahnutia cieľov projektu bude viacročná komunikácia so spotrebiteľom.

Ciele projektu a kampane „Kvalita z našich regiónov“

- vzdelávať občanov, aby získali základné ekonomické znalosti, ktoré im pomôžu rozhodovať sa pri nákupe z pohľadu makroekonomiky
- vysvetľovať spotrebiteľom, ako funguje ekonomika a ako sa aj oni môžu podieľať na zlepšovaní kvality života spoločnosti, ktorej sú súčasťou

- vysvetliť širokej spotrebiteľskej verejnosti, prečo je pre nich výhodné nakupovať výrobky ktoré boli dopestované alebo vyrobené v národnom regióne
- podporiť predaj a kúpu výrobkov vyrobených na regionálnom trhu
- ovplyvniť nákupné správanie a stabilizovať spotrebiteľské návyky v prospech regionálnych výrobkov a národného trhu
- stabilizácia a podpora dopytu na vnútornom trhu
- podpora prvovýrobcov, výrobcov a predajcov v regiónoch
- podpora zamestnanosti a ďalších makroekonomických ukazovateľov
- vytvorenie predpokladov na zlepšovanie dodávateľsko-odberateľských vzťahov
- podporiť národnú hrdosť, byť hrdý na výsledky svojej práce, vedieť si ich vážiť, ale aj vedieť sa presadiť na trhu práce a uplatniť sa na ňom

Realizácia tejto základnej kampane projektu na podporu makroekonomiky sa realizovala v jeho oklieštenej podobe už v roku 2009 pod názvom „Nakupujeme doma“ v mesiacoch júl - august. Prieskum ukázal, že táto komunikačná kampaň zameraná na zmiernenie cezhraničného nakupovania bola úspešná.

V roku 2011 pod názvom „Kvalita z našich regiónov“ v mesiacoch máj-jún prebiehal projekt a vzdelávacia kampaň v jeho komplexnej podobe so zapojením všetkých účastníkov trhu/obchodníci, výrobcovia, pestovatelia, spotrebiteľia v spolupráci s médiami, profesijnými združeniami, štátnou správou/.

Účinnosť kampane bola zameraná prieskumom, ktorú realizovala spoločnosť GfK a vyhodnotená na tlačovej konferencii 20.9.2011 na ktorej sa zúčastnili všetky mienkotvorné médiá.

2. Doplnkové kampane k projektu „Kvalita z našich regiónov“

Počas jednotlivých ročníkov realizácie projektu „Kvalita z našich regiónov“ popri hlavnej komunikačnej a vzdelávacej kampani bude dôležité realizovať podporné komunikačné aktivity, ktoré budú rozvíjať základnú kampaň, jej myšlienky a ciele.

Príkladom takejto doplnkovej kampane k základnému vzdelávaciemu projektu Kvalita z našich regiónov je realizácia kampane v mesiacoch júl – august 2011 nadväzujúca na základnú kampaň Kvalita z našich regiónov 2011 pod názvom „Kvalitné leto na VIVE“, ktorá bude prebiehať počas leta v 16 mestách vo všetkých krajoch Slovenska pred nákupnými centrami a samozrejme celé dva mesiace v éteri na vlnách rádia VIVA.

3. Podporné vzdelávacie projekty so špeciálnym zameraním

Jedným z cieľov Projektu kvalita z našich regiónov je zvýšenie zamestnanosti. S témou zamestnanosť, zamestnanci je spojený aj problém nedostatku kvalifikovaných ľudí v potrebnej štruktúre. V prvovýrobe, výrobe, obchode je nedostatok zamestnancov, ktorí

spĺňajú požadované kvalifikačné predpoklady. **Projekt Kvalita z našich regiónov má vytvorený televízny formát na podporu image remesiel a atraktivity odborného učňovského školstva.** Nezanedbateľný aspekt týchto podporných projektov je aj **rozvíjanie národnej hrdosti** v rovine váženia si výsledkov práce, zvyšovanie sebavedomia v tejto oblasti a tým aj **zlepšenie schopnosti uplatnenia sa na trhu.**

4. Aktivity v regiónoch v spolupráci so samosprávou

Uvedomujeme si dôležitosť rovnomernej podpory ekonomiky a zamestnanosti vo všetkých regiónoch Slovenska. Preto je našou snahou rozvíjať spoluprácu so Združením miest a obcí Slovenska. Vzdelávať na úrovni regiónov, dať možnosť ochutnať / napríklad na jarmokoch/ spotrebiteľovi nové, ale aj tradičné produkty a výrobky, aby si ich obľúbil, hľadal v obchode a týmto „tlakom zdola“ pomohol dostať tieto produkty na pulty obchodov.

V tejto rovine projektu „Kvalita z našich regiónov“ bude aj dôležité vysvetliť pestovateľom a výrobcom aby sa dokázali prispôbiť požiadavkám obchodu čo do stálosti kvality, objemu a plynulosti dodávok a iných podmienok úspešnej spolupráce a vytvorili napríklad rôzne združenia za účelom zvýšenia konkurencieschopnosti a iné formy prispôsobenia sa požiadavkám doby.

5. Špeciálne aktivity na báze spolupráce podnikateľských subjektov

V rámci projektu „Kvalita z našich regiónov“ je priestor na realizáciu špeciálnych aktivít a programov spolupráce konkrétnych podnikateľských subjektov z oblasti obchodu na jednej strane a podnikateľov z radov pestovateľov, výrobcov, remesiel, regiónov... na mikroúrovni, alebo aj s celoslovenským významom.

Táto forma spolupráce bude rôznorodá, ale čo sa týka podpory cieľov projektu „Kvalita z našich regiónov“ bude v budúcnosti určujúca. **Jej význam bude rásť**, nakoľko bude môcť byť realizovaná nielen na celonárodnej úrovni, ale na tej najjemnejšej regionálnej úrovni a týmto sa bude môcť dotýkať veľkej množiny podnikateľov a temer každého spotrebiteľa.

B: Systém označovania výrobkov

Systém označovania výrobkov je jedným zo základných podmienok dobrej orientácie spotrebiteľa, aby mohol ľahko a jednoznačne rozoznať ktorý produkt, výrobok bol dopestovaný, alebo vyrobený na Slovensku. Zároveň je aj predpokladom dosiahnutia úspešnosti projektu „Kvalita z našich regiónov“

Jednou z osvedčených ciest je pridelenie licencií – práva označovať tovar logom na základe splnenia podmienok, ktoré musí uchádzač splniť, aby mu licencia bola udelená .

6. Označovanie výrobkov

- Projekt „Kvalita z našich regiónov“ má v rámci Slovenska zaregistrovanú ochrannú značku - logo na Úrade priemyselného vlastníctva a medzinárodne prostredníctvom OHIM



- Logom „Kvalita z našich regiónov“ by sa označovali produkty na základe udelenia licencie, zakúpenia práva používať toto logo na výrobkoch ktoré o licenciu požiadajú, pokiaľ budú spĺňať tieto tovary určité parametre
- Licenciu udeľuje výkonný výbor / príloha č. xy/
- Licencia sa udeľuje na 3 roky za účelom zabezpečenia kontroly dodržania požadovaných parametrov z dôvodu hodnovernosti značky a jej kladného vnímania spotrebiteľom
- Logo na tovaroch, alebo na iných nosičoch, ktoré by označovali tovar že spĺňa podmienky udelenia licencie, by slúžilo spotrebiteľovi na jednoduchú orientáciu a identifikáciu, že tento výrobok má krajinu pôvodu Slovensko
- Finančné prostriedky získané z udelených licencií by slúžili na zabezpečenie a rozvoj projektu „Kvalita z našich regiónov“ a dosiahnutia jeho cieľov
- Výber a nastavenie parametrov by bolo konsenzom odborníkov z radov pestovateľov, výrobcov a obchodu

Schéma systému vzdelávania spotrebiteľa a označovania výrobkov

Projekt „Kvalita z našich regiónov“ a jeho členenie

A: Systém vzdelávania a komunikácie so spotrebiteľom

1. Základná vzdelávacia a komunikačná kampaň projektu „Kvalita z našich regiónov“
2. Doplnkové kampane k projektu „Kvalita z našich regiónov“
3. Podporné vzdelávacie projekty so špeciálnym zameraním
4. Aktivity v regiónoch v spolupráci so samosprávou
5. Špeciálne aktivity na báze spolupráce podnikateľských subjektov

B: Systém označovania výrobkov

6. Označovanie výrobkov

