

4. února 2010

TÜV SÜD Czech podpořila 16. ročník klíčového setkání obchodníků

Důvěra jedním z hlavních témat Retail summitu 2010

Důvěra založená na kvalitě výrobků a transparentnosti informací

Praha 4. února 2010. Již druhým rokem společnost TÜV SÜD Czech aktivně podpořila pravidelné setkávání klíčových hráčů na maloobchodním trhu v Top hotelu Praha, konající se 2. - 3. 2. 2010. Do diskuze probíhající během druhého dne konference v sekci Obchod a důvěra pod vedením Petra Vyhnálka (Globus ČR) přispěl generální ředitel společnosti Oleg Spružina nejen definicemi pojmů kvalita a důvěra v podání nezávislého certifikačního a inspekčního orgánu, ale zejména vybranými příklady z praxe, spolupráce s SOS - Sdružením obrany spotřebitelů, Makro Cash&Carry ČR a Ahold Czech Republic, kladoucí si za cíl posilování důvěry spotřebitelů i vzájemných vztahů mezi obchodníky a dodavateli.

„Cílem naší společnosti je nezávisle posuzovat kvalitu a bezpečnost výrobků i služeb. Nikdo vám nezdvihne ruku na dotaz, zda vyrábí nebo prodává nekvalitní nebo nebezpečné produkty...což jsme v rámci diskuze panelistů s publikem opravdu vyzkoušeli. S velkou mírou nadsázky vedená anketa nicméně ve svém důsledku zodpověděla sama o sobě položený dotaz na význam nezávislé kontroly třetí stranou. Spotřebitel má právo se rozhodnout, zda si koupí uzeninu z masa nebo cenově dostupnější, ve které obsah masa představuje minimální složku. Musí však být o vlastnostech produktu, jeho složení, a tedy i vlivu na své zdraví pravdivě informován. Stejně tak je třeba spotřebitele upozorňovat na dodržování správné výrobní praxe či pravidelnou kontrolu celého procesu výroby a distribuce, a posilovat tak důvěru ve svůj produkt - značku, která se právě zmiňovanou kvalitou od ostatních odlišuje“, vyjádřil se k tématu generální ředitel TÜV SÜD Czech Oleg Spružina.

Tématem prolínajícím se celou diskuzí byla nejen kvalita a způsob její komunikace (prostřednictvím udělování značek kvality a informačních kampaní), ale také význam podpory národních a regionálních dodavatelů či snižování energetických nákladů, které patří společně se mzdami mezi největší nákladové položky obchodních řetězců a současně mezi nejvýznamnější znaky dokládající principy sociálně odpovědného chování.

Společný postup dodavatelů a obchodníků při budování důvěry v kvalitu produktů, potřeba jejich pravidelné kontroly, postupné odstraňování mezer v kvalitě provozu obchodních řetězců a zvyšování informovanosti spotřebitelů se tak staly hlavními závěry sekce Obchod a důvěra.

Kontakt:

Ladislava Klůsová	Tel.	+420 239 046 827
Product Development	E-Mail	ladislava.klusova@tuv-sud.cz
TÜV SÜD Czech	Internet	www.tuv-sud.cz
Novodvorská 994, 142 21, Praha 4		

TÜV SÜD je mezinárodním koncernem v oblasti poskytování služeb ve strategických oblastech PRŮMYSL, MOBILITA a ČLOVĚK. Ve svém oboru zaujímá čelní pozici, s více než 13 000 pracovníky poskytuje služby na cca 500 místech celého světa. Jako procesní partneři zajišťují týmy našich specialistů optimalizaci techniky, systémů a know-how a tím posilujeme konkurenceschopnost našich zákazníků na globálním trhu.