

Modul II / Sesija 2

KOMUNIKACIJA svih zainteresovanih strana

- ključ upravljanja kvalitetom -

*Tim GI
akademije*

*Dragana
Tar,*

*Nikola
Kostić,*

*Aleksandra
Novaković*

*Tamara
Živadinović*



Zbližavanju i stvaraju poverenja

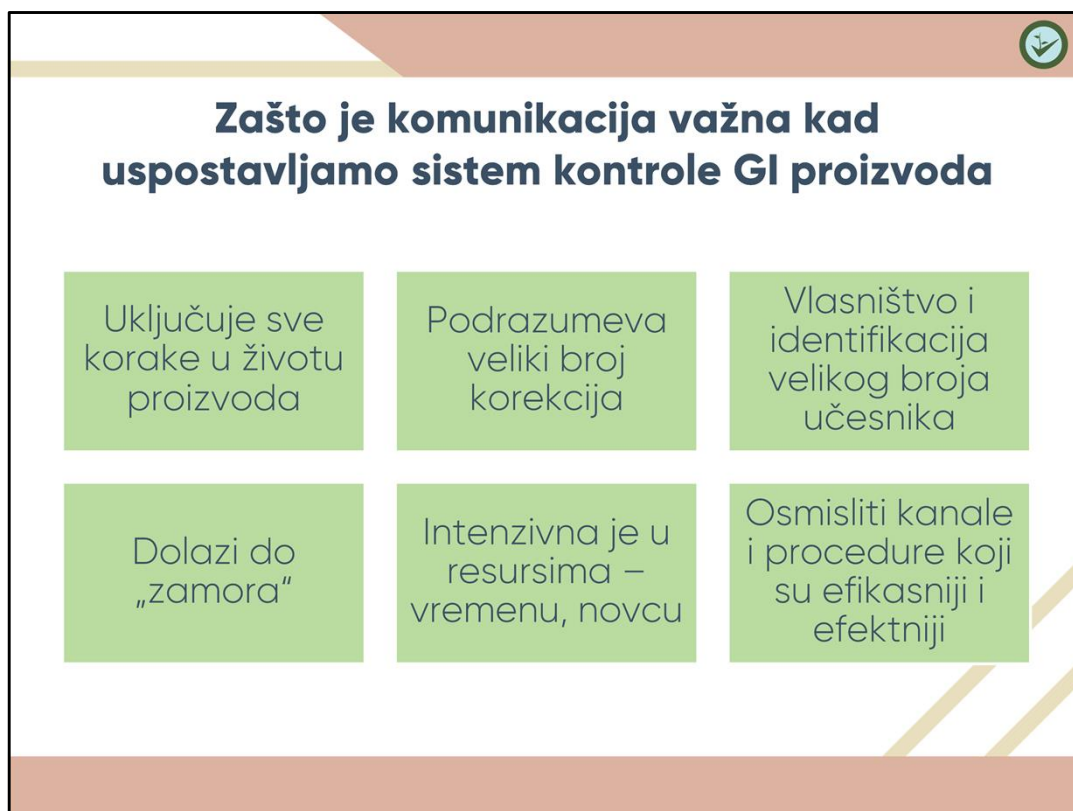
Priče inspirišu i daju ideje

na kraju, priče PRODAJU

Danas pričamo o komunikaciji
U internoj kontroli u okviru grupe
Razmeni i saradnji sa institucijama i između njih
Komunikaciji na tržištu i u zajednici



Organizovanje grupe podrazumeva specificne kanale komunikacije



Interna komunikacija ima pet funkcija (Erickson, 1992):

Radna komunikacija: deljenje informacija koje su od značaja kako bi svi članovi organizacije mogli svakodnevno da obavljaju svoj posao

Komuniciranje vesti: neophodno kako bi se svima u organizaciji prenele novine, vesti, promene koje u se desile

Kontrolna komunikacija: služi za usmeravanje organizacije i članova ka definisanim ciljevima, budžetima, odlukama, pravilnicima i sl.

Komunikacija promena: treba da se bavi krupnim promenama koje su se desile, a menjaju iz korena organizaciju i njeno poslovanje po bilo kom pitanju (promena strategije, finansiranja i sl.)

Kulturna komunikacija: manje-više nevidljiva. Stvara se i demonstrira se kroz stilove vođenja, poštovanje jednakosti i sl.



Funkcije komunikacije u grupi

Interno obaveštavanje



- Kanali komunikacije
- Novosti u okviru organizacije

Dvosmerna komunikacija



- Kreirati kružne tokove informacija
- Povratne komunikacije sa tržišta

Interno planiranje



Godišnje procedure izrade i usvajanja internih planova...)

Plan internih okupljanja

Organizaciona kultura



- Okruženje koje podstiče razmenu i otvorenu komunikaciju
- Stimulisati diskusiju i otvoreni sadržaj



Gde se usmeriti u okruženju?





Tačke intenzivne komunikacije Zavod za intelektualnu svojinu

1. Izrada elaborata je proces koji zahteva kolektivnu odluku i usmeravanje. Na koji način je Zavod uključen u „predijagnostiku“ i podršku inicijatorima da odluče da li proizvod ispunjava uslove za zaštitu imena?
2. Jedna od teorija o motivima za zaštitu oznake porekla kaže da je to uvek u pitanju određena „kriza“ u smislu tržišnog nastupa, zaborava proizvoda ili nekog razloga zašto se aktivira motivacija. Da li proizvođači po Vašem mišljenju dobiju alat za rešavanje te „krize“ i kako je moguće da se to unapredi?
3. Pored ispitivanja prijave od strane Zavoda za intelektualnu svojinu, u materijalnom ispitivanju učestvuje i Ministarstvo poljoprivrede. Kako izgleda saradnja i razmena u procesu ispitivanja prijave i kako se u obzir uzima obaveza sertifikacije.



Tačke intenzivne komunikacije

Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede

1. Kako izgleda proces odobavanja kontrolnog plana? Ko je tu uključen i kako proizvođačke grupe dobijaju povratnu informaciju?
2. Pored kontrolnog plana, Ministarstvo je merama agrarne politike uključeno u podršku realizaciji sertifikacije kroz mere podrške. Kakvi su efekti i kako teče ta saradnja obzirom da je dobar deo tereta na leđima proizvođačkih grupa, ali da uslovi na tržištu još uvek nisu takvi da postoji razumevanje ini uslovi za „nagradu“
3. Za sve je očigledno potrebno vreme. Da li bi doslednija primena zakona pomogla snažnijem integritetu proizvoda – drugim rečima zašto je samo 10 sertifikovanih proizvoda?



Unapredjenje javne politike



Jasno je da sistem treba da unapređujemo.

O tome na ovom programu želimo da otvoreno pričamo i tražimo način za praktičnu priemu i unapređenje politika u oblasti kontrole proizvoda sa poreklom i kad su pitanju propisi, procedure ali i odgovornosti.

Čvrsta primena zakonskih obaveza

Stimulisati uključnje većeg broja proizvođača u sistemu sertifikacije

Sistemska podrška

Unaprediti razumevanje potrošača šta nosi sertifikat

Izmena elaborata da budu primenjivi u kontroli

Veća podrška u izradi kontrolnog plana i sertifikacione dokumentacije

Borba protiv zloupotrebe prava

Bolja organizacija u proizvođačkoj grupi – podela posla

Cena sertifikacije

Zajednički logo kojim se označavaju proizvodi sa poreklom

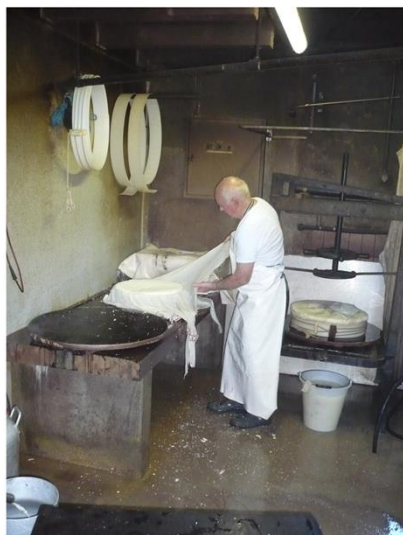
Tehnička i savetodavna podrška

Uključenost lokalnih aktera

Jače liderstvo nacionalnih institucija



Kako uključiti partnere koji imaju različite interese?!



Zaštita OGP je
uspešna tamo gde
akteri efikasno
koordiniraju aktivnosti
u vrednosnom lancu....

Koji su najvažniji faktori uspešnosti proizvoda sa zaštićenim poreklom (OGP)?

Jedna od pretpostavki govori da je **sposobnost aktera da efikasno koordinišu aktivnosti u vrednosnom lancu** najvažniji razlog uspeha proizvoda sa OGP.

Te aktivnosi odnose se na zajedničke akcije i postupke u definisanju i kontroli kvaliteta, zaštiti reputacije, istraživanjima i razvoju.

Neefikasna koordinacija vodi neefikasnom vrednosnom lancu sa mnogo problematičnih mesta i lošim kvalitetom proizvoda.

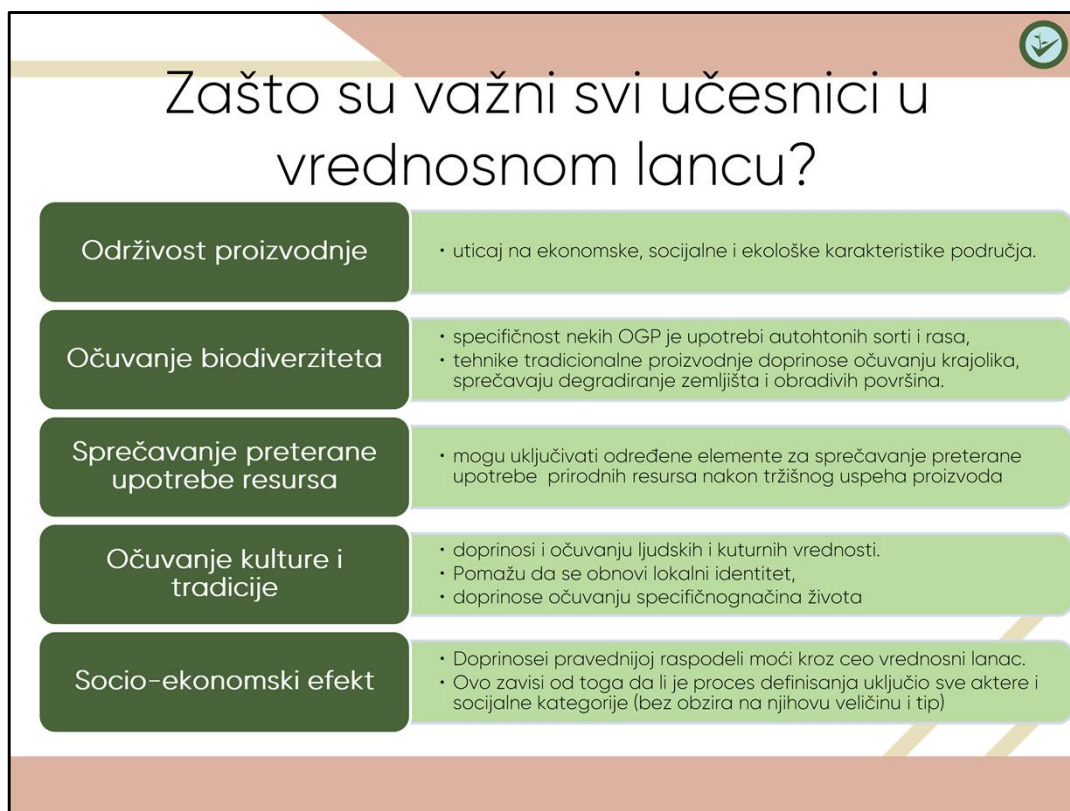
Postaje jasno kako je moguće ugroziti reputaciju zasnovanu na kvalitetu proizvoda sa OGP



Oznake geografskog porekla su JAVNO DOBRO

Uključivanje
svih aktera u
definisanje
proizvoda, ali i
u njihovu
kontrolu
kvaliteta je
važno jer su
ovi proizvodi

JAVNO
DOBRO/
SVOJINA



Elaborat/Specifikacija i održivost – ima važan uticaj na ekonomske, socijalne i ekološke karakteristike područja, tako da sve to treba uzeti u obzir prilikom definisanja i sačinjavanja Kontrolnog sistema.

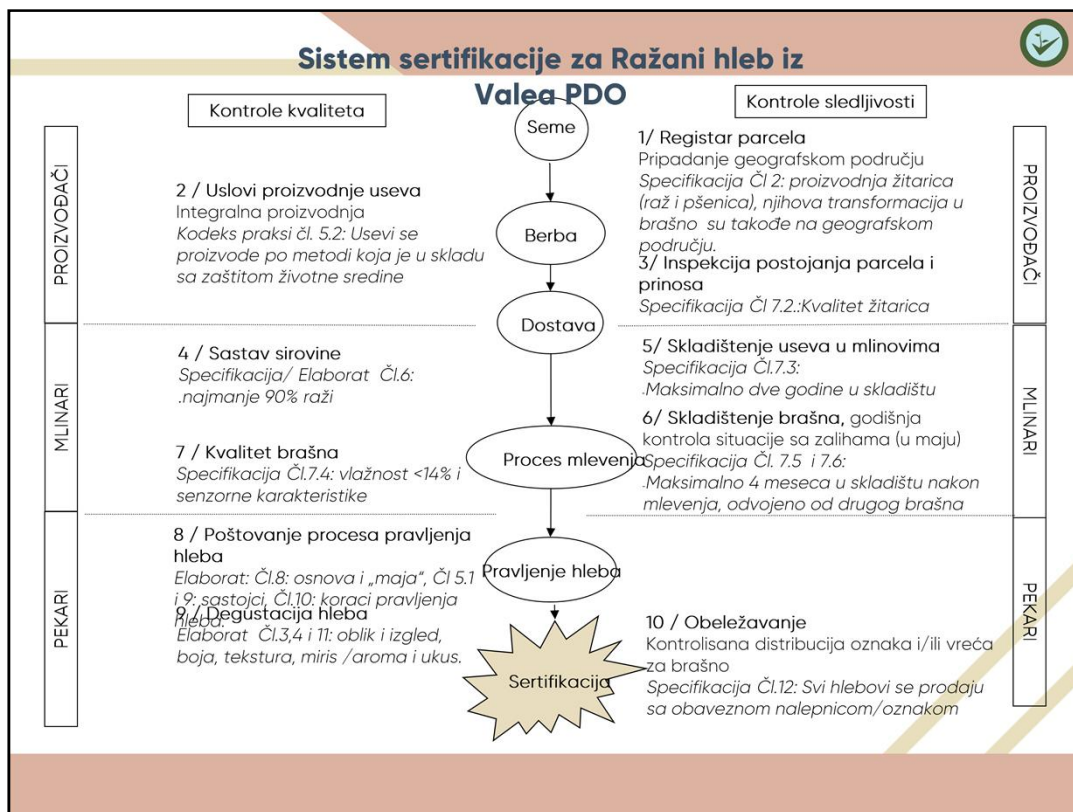
Očuvanje biodiverziteta - specifičnost nekih OGP se zasniva na upotrebi domaćih, autohtonih sorti i rasa, kojima često preči nestajanje; osim toga, tehnike tradicionalne proizvodnje često doprinose očuvanju krajolika, kao i sprečavaju degradiranje zemljišta i obradivih površina.

Sprečavanje preterane upotrebe – pravila u Elaboratu/Specifikaciji mogu uključivati određene elemente održivosti sistema i pomoći u sprečavanju preterane upotrebe prirodnih resursa ukoliko dodje do prevelike popularnosti i proizvodnje proizvoda sa oznakom GP

Očuvanje kulture i tradicije - navođenjem tradicionalnih praksi, specifičnog lokalnog znanja (know-how) i istorijskih elemenata u Elaboratu/Specifikaciji, istovremeno definišući specifične karakteristike proizvoda, proces i povezanost sa geografskim poreklom, šema zaštite i kontrole ovih proizvoda doprinosi i očuvanju ljudskih i kuturnih vrednosti. Elaborat/Specifikacija mogu pomoći da se obnovi lokalni identitet, poveća samopouzdanje lokalnog stanovništva i spreči preveliki odliv i migracije, istovremeno doprinoseći očuvanju vrednog načina života

Socio-ekonomski efekti - Sistem zaštite i kontrole mogu doprineti pravednijoj raspodeli moći kroz ceo vrednosni lanac. Ovo će zavistiti od toga da li je proces definisanja karakteristika proizvoda u Elaboratu/Specifikaciji uključio sve aktere i socijalne kategorije (bez obzira na njihovu veličinu i tip), ukazujući na njihova specifična znanja o procesu i veštinama primarnih proizvođača, a ne samo prerađivača, istovremeno doprinoseći da i proizvođači imaju koristi od doate vrednosti ovog proizvoda. Pregovori oko predloga

pravila funkcionisanja organizacije su mesto gde treba uspostaviti balans i ne dozvoliti dominaciju nijedne grupe. U svakom slučaju, ograničavanje područja na kojem se može proizvoditi sirovina za proizvod osnažuje poziciju primarnih proizvođača u pregovorima, i stavlja limite na mogućnosti daprerađivači nabavljaju sirovine izvan regiona zaštite (delokalizacija)





Futoški kupus

Snaga brenda = reputacija x vidljivost

Miroljub Janković
Udruženje Futoški kupus

jedna od superzvezda GI zajednice



Futoški kupus – zaštićeno ime porekla

- Kratko predstavljanje udruženja – broj članova, zastupljenost, članovi
- Povezivanje svih elemenata u izgradnji brenda – Od samog početka saradnja sa svim nivoima institucija – Pokrajina, Republika, Grad, MZ i svako je dobio svoju ulogu i mesto... I tu ste se pokazali kao dobar partner u promociji celog sistema zaštite proizvoda sa poreklom
- Mobilizacija lokalne i šire zajednice u zaštiti – Ko su vaši ključni podržavaoci i partneri na lokalnu? (restorani, kulturni centar, vrtici, slow food, sajam...)
- Prepoznali ste koliko je važno da radite sa mladima i da stvarate novu generaciju „ambasadora“ Futoškog kupusa, da je važno komunicirati pristupom, temama koje mladima odgovaraju. U svemu tome jedinstvena je FORA.
- Stvaranje infrastrukture za podršku brendu

2007 registrovano udruzenje

Paralelno sa gradjenjem funkcija udruženja za upravljanje i kontrolu kvaliteta i promociju, preuzeli ulogu pokretača lokalnog razvoja.



Stvaranje
infrastrukture za
podrsku marketingu



Giniov rekord za najveće jelo od kupusa



МИНИ КУПУСИЈАДА

- Деца предшколских и основношколских установа





ФУТОШКИ КУПУС КРОЗ ИГРУ И ПЕСМУ

Креативност најмлађих





Ликовне и литературне радионице



Креативне радионице



Радионице у припреми јела од футошког купуса прилагођених њиховом узрасту





Изложба дечијих радова на централној манифестацији купусијада





Млади промотери БРЕНДА ФУТОШКИ КУПУС

- Сајамске приредбе





- Обученост младих промотера о производњи футошког купуса, комуникативне способности и познавање страних језика
Гастрономски потенцијали и културно наслеђе са младим промотерима
Промоција кроз јела од Футошког купуса





Koncept FORE

Privući mlade u promociji Futoškog kupisa kroz:

- Korišćenje moderne komunikacije
- Obrazovanje
- Rad u zajednici
- Odgovornost za čuvanje tradicije i identiteta
- Nagradu

NOVI KANALI KOMUNIKACIJE

- Fejsbuk profil Futoska ORA (FORA)
- Nagradno pitanje i prijavljivanje potencijalnih učesnika





Sadržaj primeren mladima





Obrazovni i društveno koristan rad







Пауза и наставак предавања





Завршетак практичног дела и задовољство учесника











Опуштање и награђивање







Doprinos zajednici





Komunikacija na nivou mreže

ОриГИнал Србија



Савез произвођача
традиционалних
производа Србије

ОриГИнал Србија је савез произвођача традиционалних производа Србије

Као кровна организација окупљамо удружења, задруге, предузећа и појединце чији производи носе ознаку географског порекла

Основани смо 2015. године и тренутно бројимо 12 чланица, произвођача прехранбених производа

ТРАДИЦИЈА, КВАЛИТЕТ, ФЕР-ПЛЕЈ, ОДГОВОРНОСТ, ЗАЈЕДНИШТВО, СНАГА ЛОКАЛНИХ ИНИЦИЈАТИВА

Одговорно приступамо производњи, пратећи прописана правила, а наше производе и њихов квалитет баштинимо као вредност локалних заједница из којих потичемо



Poziv na akciju:

За пословни сектор: постаните део сертификованог система - придружите нам се!

Ако сте институција/локална самоуправа – бићемо посвећен партнер у промовисању ресурса и развоја наше заједнице, подржите да заједно растемо!

Ако сте потрошач: гарантујемо да на трпезу износите производ контролисаног квалитета – уверите се у укус, посетите нас!

Ако сте део јавности: ми имамо праве информације о ОриГИнал производима, људима који их праве и вредностима за које се залажу – помозите нам да о томе причамо!



www.originalsrbija.org



OriginalSrbija



original_srbija



O čemu smo danas pričali:

Sistem zaštite OGP oslanja se na **tri važna nivoa komunikacije** – u okviru proizvodjačkih grupa, insitucija i aktera sistema, na tržištu sa potrošačima.

Motiv i uključenost se najbolje neguju **otvorenom komunikacijom** koju treba **osavremeniti i učiniti efikasnom**.

Kultura pozitivnog dijaloga je konstruktivan pristup za unapređenje politike i systemska rešenja.

Proizvodi sa OGP jesu opšte dobro, zajednički resurs i zajednička odgovornost ljudi jednog područja. Potrebno je osmisliti i primeniti pristupe kojima proizvod postaje deo lokalne razvojne strategije.

Logika „akcija za dobro zajednice“ se višestruko vraća!



Domaći zadatak – pomozite kolegama

Pokrećemo proces sertifikacije Zlatarskog sira
Izrada kontrolnog plana je u toku, još uvek nemamo
precizne planove kao ni okupljenu grupu zainteresovanih za
sertifikaciju.

Pomozite kolegama da započnu komunikacioni i akcioni
plan

- Postavite 5 najvažnijih koraka
- Imate li ideje za internu komunikaciju?
- Izlistajte najvažnije zadatke, šta ne sme da se zaboravi?
- Šta je najvažnije u smislu komunikacije?
- Ideje za internu komunikaciju, koji su najbolji načini /kanali?