



4 стратегии да се избегнат грешки во означувањето (декларирањето на храната)

Статија објавена од GS1 UK на 15TH Јануари 2019

Оригиналната вест можете да ја прочитате [тука](#). Иако оваа вест се однесува за Велика Британија, може да се повлече одредена паралела со состојбите на македонскиот пазар, како и да се пресликаат заклучоците.

- 1. Поголема колективна одговорност**
- 2. Поголема вклученост на засегнатите страни**
- 3. Автоматизација**
- 4. Стандардизиран и заеднички пристап за собирање податоци**

Грешките во означувањето (декларирањето) на производот може да предизвикаат сериозни проблеми за брендovите и потрошувачите, но постојат директни решенија за овој проблем со кој се соочува индустријата

Постојаната турбуленција во малопродажната индустрија му ги отвори очите на секторот за потенцијалните предности на подобрите податоци за производите за комерцијален успех.

Иако монетарните придобивки станаа јасни за компаниите, неодамнешните трагични настани поврзани со неточни етикети помогнаа да се потенцира еднаквата важност на прецизните информации и за потрошувачите.

Цврсти вистини и тешки последици

Последиците од минасферирањето имаат огромна варијанса во исходот, почнувајќи од загуба во добивката до губење на животот.

Регулативата на ЕУ за Информации за Храната за Потрошувачите ([EU Food Information for Consumers Regulation](#)) стапи во сила во декември 2014 година, со која се наложува да се обезбедат детали во врска со 14 специфични алергени во непакувани прехранбени производи или храна спакувана на лице место.

Бидејќи новото казнување беше воведено во 2015 година, казните за непочитување на законодавството за безбедност на храна вклучуваа [неограничени парични казни или затворски казни за период не подолг од шест месеци или и двете](#).

Во случајот на Пол Вилсон, кој почина по анафилактична реакција од кикиритки во 2014 година, сопственикот на ресторанот вклучен во случајот беше осуден на [шест години затвор](#) под обвинение за убиство од небрежност. Сопственикот на ресторанот го заменил бадемот во прав со прав од други плодови, поевтина алтернатива скоја содржи кикиритки.

Последиците од погрешното декларирање (или непотполно, прим прев.) можат да бидат различни, од загубен профит до загуба на животи.

Цената на повлекувањето на производи

Во Велика Британија имало 109 отповикувања на производи поради недеklarирани состојки или неточно означување на алергени во 2018 година. [По формулата која во 2010](#) (на сликата подолу), година ја предложија академиците Мосес Ресенде-Фиљо и Брајан Бух (Moises Resende-Filho и Brian Buhr) проценетите директни трошоци за отповикување на производот за индивидуални компании може да значи финансиски удар кој

може да изнесува повеќе милиони фунти, во зависност од факторите земети предвид во анализите.



Од монетарен аспект, влијанието на отповикување на производ, така и индиректните ефекти би можеле да бидат уште поскапи. Некои експерти сугерираат дека дури [80 проценти од трошоците](#) направени по процесот на физички отповик биле направени поради:



Четири стратегии за успех

Клучот за да се осигурате дека информациите за производот на пакувањето се точни е едноставен двостран приод кој бара и промена во однесувањето и промена во процесот. Едноставно, секоја област може да се подели на два други дела: Однесување и Процес

Однесување

1. Поголема колективна одговорност

Да се осигури дека производите се правилно декларирани не е надлежност само на една компанија, туку на целата индустрија.

И покрај тоа што треба да биде обврзана секоја компанија да ги поттикнува највисоките можни оперативни стандарди - во однос на безбедноста на потрошувачите, почитувањето на довербата на клиентите и заштитата на

животната средина - ниту една компанија не може самата да постави агенда за индустријата во која работи.

Треба да постои колективен договор за начинот на справување со прашањата од корпоративно и општествено значење, со цел да се оствари влијание.

Единствено како колектив, индустријата може да ги решава проблемите за да се осигури дека потрошувачите имаат доверба во она што го купуваат.

2. Поголема вклученост на засегнатите страни

Камен-темелник на колективна одговорност е отворениот и консултативен дијалог.

Како што видовме, грешки во декларирањето на производите може да доведат до бројни последици со различни нивоа на сериозност.

Многу од овие грешки би можеле да бидат избегнати доколку се оствари подобра соработка во целиот синџир на снабдување. Сепак, стандардниот став на брендovите или трговците во решавање на интерните прашања е, главно, барање решенија на проблемите во изолација.

Проблемите кои ги засегаат сите во индустријата треба решаваат заеднички, а не во изолација, но често недостасува желбата на дел од пошироката деловна заедница да работи заедно на проблемите кои влијаат на како на поединец и така и на целата заедница.

Потребата од независен и неутрален конвентор и модератор на индустријата како GS1 UK е од суштинско значење во обединувањето на членовите на индустријата за заедничка кауза.

Процес

3. Автоматизација

Една од многуте предности на процесот на автоматизација е ослободување на време да се концентрира на други работи.

Претворањето на собирањето и дистрибуцијата на податоците преку едноставни линиски форми и интегрирани системи за управување со податоци во автоматизиран процес, добавувачите и трговците на мало ќе имаат повеќе време за други активности со додадена вредност.

Ваквите активности треба да вклучуваат проверка на точноста и конзистентноста на собраните податоци, како и концентрирање на подобрување на искуството на клиентот/потрошувачот.

4. Стандардизиран и заеднички пристап за собирање податоци

Во моментот, дури [80 проценти од податоците за производот се претставени неточно или неконзистентно](#).

Ова вклучува било кој дел од податоците што се нецелосни или дури и целосно недостигаат од самиот почеток, информации што варираат во форматот од еден производ до друг, како што се несовпаѓања во метричките и империјалните системи за мерење на димензиите и мерките.

Додека стандардизацијата на начинот на кој информациите за производите се претставени и детализирани е пожелна, таа е далеку од нормата.

Кога постои единствена, заедничка методологија за собирање и внесување на податоци, која се базира на заеднички јазик за презентација и дистрибуција, можноста за грешка кога станува збор за прикажување на состојките на производот е значително намалена.

Со намалувањето на маргините за грешка и комуникација на грешки, интегритетот на производот и брендот може да се заштити.