

	 Łódzkie nabiera prędkości	
Patronat merytoryczny Izba Celna w Łodzi		Patronat merytoryczny Inspekcja Handlowa

KONFERENCJA

***„Społeczna odpowiedzialność konsumencka.
Świadomość i prawo wyboru produktów.”***

15 MARCA 2012 R.

GODZ. 10.00 – 15.00

DUŻA SALA SEJMIKU 104 URZĘDU MARSZAŁKOWSKIEGO

W ŁODZI

AL. PIŁSUDSKIEGO 8, I PIĘTRO

Upowszechnienie idei społecznej odpowiedzialności w praktyce biznesowej przedsiębiorstw może istotnie przyczynić się do poprawy konkurencyjności regionów. Z jednej strony, aktywność w obszarze CSR pozwala bezpośrednio zapobiegać i rozwiązywać szereg problemów o charakterze społecznym, środowiskowym czy gospodarczym. Z drugiej natomiast, poprzez poprawę konkurencyjności przedsiębiorstw i tworzenie lepszych perspektyw dla ich długookresowego rozwoju, wnosi istotny wkład w budowę dobrobytu społecznego w regionie, zwiększenie jego innowacyjności oraz poprawę atrakcyjności jako miejsca do życia, pracy i prowadzenia biznesu.

Jedną z najważniejszych ról pełnionych przez człowieka we współczesnym świecie jest rola konsumenta. Konsumentami jesteśmy wszyscy, a konsumenci poprzez swoje wybory mają wpływ na to co się sprzedaje i produkuje. Natomiast, etyka biznesu niezbyt często stawia konsumenta w obszarze swoich zainteresowań. W związku z dynamicznym rozwojem sektorów innowacyjnych, nowoczesnych technologii główny nurt dyskusji będzie skierowany na rolę i wpływ konsumentów na kreowanie nowoczesnych trendów w żywieniu. Konsument ze względu na brak wiedzy i orientacji nie ponosi odpowiedzialności za kształtowanie rynku. Ponadto jak wysoki jest poziom świadomości konsumentów odnośnie wpływu jaki mogą mieć poprzez swoje wybory konsumenckie. Należy podkreślić,

że świadomy konsument jest realną siłą sprawczą, która może przyczynić się do wymuszenia na innych uczestnikach rynku działalności sprzyjającej zrównoważonemu rozwojowi. Równie ważne są wymogi wobec producentów, którzy muszą przekazać konsumentom czytelną informację - tak o oferowanej produkcie, jak i o samym producencie. Takie podejście do klienta pozwoli konsumentom szanse na dokonanie świadomego wyboru.

Szczególnym zainteresowaniem cieszy się problematyka społecznej odpowiedzialności firm, którym przypisuje się odpowiedzialność za wyprodukowane produkty. Konsument ma pełnić rolę partnera, który uczestniczy w sposób świadomy i dobrowolny w procesie kupno-sprzedaż.

Konferencja skierowana jest przede wszystkim do przedsiębiorców z sektora MŚP ze szczególnym uwzględnieniem firm z branży przetwórstwa rolno – spożywczego.