

Spółemowiec WARSZAWSKI

MIESIĘCZNIK WARSZAWSKIEJ SPÓŁDZIELCZOŚCI SPOŻYWCÓW

Rok 53 nr 4 (578)

WARSZAWA, kwiecień 2015 r.

Cena 4, 50 zł (plus VAT)

MAH „Społem”

Konferencja Wiosenna



Dość panie zdominowały Konferencję Wiosenną Mazowieckiej Agencji Handlowej „Społem”, jaka odbyła się 23 marca br. w warszawskiej restauracji „Pod Retmanem”. Były to: prezes Zarządu MAH JADWIGA WÓJTOWICZ-GARWOLA, która otworzyła i prowadziła konferencję oraz przewodnicząca Rady Konsultacyjnej ds. Handlu i Usług przy Ministrze Gospodarki prof. Urszula Kłosiwicz-Górecka, która wygłosiła referat pt. „Relacje przedsiębiorstw w łańcuchach dostaw FMCG – rzeczywistość i oczekiwania”.

W konferencji obok prezesów i kadry kierowniczej ze spółdzielni udziałowców MAH brali udział także przedstawiciele: PEPSI COLA – krajowy kierownik ds. rozwoju sieci handlowych Andrzej Sakowski i kierownik ds. sieci lokalnych Daniel Troc; ALPAN – prezes Maciej Pankiewicz; Panta Hurt, filii Eurocash – dyrektor generalny Włodzimierz Szydłarski oraz Polskiego Tytoniu – prezes Jarosław Szlendak, PH AMA – wiceprezes Robert Stachowicz, Polmars – prezes Robert Ziółkowski, Pro-Detal – prezes Rafał Matyjęk, Garmond Press – prezes Marek Duda.

W swoim referacie prof. Urszula Kłosiwicz-Górecka mówiła m.in. o różnych relacjach między firmami na rynkach spożywczych, o dokuczliwej szarej strefie, o spadku wpływów gmin z targowisk, o wzroście kradzieży w sklepach, o opakowaniach w kontekście ochrony środowiska. Zwróciła uwagę m.in. na złe relacje w handlu, kiedy to sieci narzucają dostawcom wygórowane, niekorzystne

Dokończenie na str. 3

Noc Kooperatystów

W ramach tegorocznej Nocy Muzeów, zorganizowana zostanie po raz piąty, tak jak w ubiegłych latach, Noc Kooperatystów. Odbędzie się ona w nocy z 16 na 17 maja br. w siedzibie Muzeum Historii Spółdzielczości w Polsce przy ul. Jasnej 1. W programie m.in. na I piętrze o godz. 19:00 – uroczyste otwarcie nowej siedziby Muzeum Historii Spółdzielczości w Polsce. Od godz. 20:00 – zwiedzanie ekspozycji Muzeum Historii Spółdzielczości w Polsce z przewodnikiem (o każdej pełnej godzinie). W sali konferencyjnej na II piętrze odbędą się prelekcje: o godz. 20 – Wielkie damy polskiej spółdzielczości – prof. Zofia Chyra-Rolicz, godz. 21 – Spółdzielczość spółemowska w czasie okupacji niemieckiej – red. Dariusz Gierycz, godz. 22 – Spółdzielnie mniejszości narodowych – dr Adam Piechowski.

Również w podziemiach gmachu „Pod Orłami” zwiedzając będzie można ekspozycje Muzeum od godz. 19-tej. Dodatkowo



będą funkcjonowały stoiska przygotowane przez spółdzielnie i gości „Nocy Kooperatystów”, odbywać się będą konkursy, warsztaty i atrakcje dla dorosłych i dla dzieci. Wstęp wolny.

Dokończenie na str. 3

Wielkanoc 2015

Spotkania świąteczne



SS Mokpol

Corocznie grupa najlepszych pracowników Spółdzielni Spożywców Mokpol wespół z zasłużonymi seniorami spotyka się przed Świętami Wielkonoj z prezesem Zarządu Sylwestrem Cerańskim i przewodniczącą Rady Nadzorczej, Krystyną Reduch. Witając na tegorocznym spotkaniu 40-osobową grupę prezes Sylwester Cerański podziękował im za odpowiedzialną, wydajną pracę i złożył serdeczne życzenia z okazji Świąt. Z każdym podzielił się jajeczkiem. Podczas spotkania zasłużone seniorki - Janina Lekarewicz, uczestniczka Powstania Warszawskiego śpiewała wzruszające piosenki patriotyczne, a Krystyna Dobrowolska odczytała swój piękny wiersz pt. „Pisanka”. JW.



WSS Praga Południe

Wprawdzie świątecznym i wiosennym nastroju spotkali się w poniedziałek 23 marca seniorzy, członkowie Koła Spółdzielców „Społem” Praga-Południe. To jedna z najważniejszych, tradycyjnych już, bo świętowanych od wielu dziesiątków lat, okazja aby złożyć sobie życzenia, porozmawiać o tym, co słychać w spółdzielni i popatrzeć sobie w oczy wymieniając uśmiechy i uprzejmości. Choć tegoroczne „jajeczko” było skromniejsze od poprzednich, to nastrój panował jak zwykle rodzinny. Cieszyliśmy się przede wszystkim z tego, że jest nas ciągle spora gromada (aktualnie Koło liczy 38 członków), że chcemy się razem spotykać i lubimy te nasze wspólnie spędzone

godziny, bowiem możemy je potem przez dłuższy czas wspominać. Jak zwykle przy takiej okazji uhonorowaliśmy drobnymi upominkami i gromko odśpiewanym „sto lat!” aktualnych jubilatów, którzy kończyli „okrągłe” lata. Tym razem były to koleżanki: Jadwiga Piątek i Elżbieta Szczęsna.

Przewodnicząca Koła Maria Strzelecka poinformowała o terminie następnego spotkania, proponując, aby jedno z nich połączyć z całodniową wycieczką do Sandomierza. Pomysł się spodobał, podobnie jak kolejny, aby w czasie spotkania czerwcowego zorganizować loterię fantową, na którą sami dostarczymy fanaty. Tak zorganizowana loteria będzie nie tylko dobrą zabawą, ale pozwoli na uzupełnienie kasy koła, bo utrzymujemy się przecież tylko z własnych, niewielkich składek. Przewodnicząca przypomniała też o corocznej mszy świętej za dusze zmarłych w ostatnim roku członków naszej spółdzielni. Odbędzie się ona 27 sierpnia w kościele p.w. Matki Boskiej Królowej Męczenników Polskich na Grochowie.

W trakcie miłej rozmowy i konsumowania tradycyjnych dań wielkanocnych wysłuchaliśmy też specjalnie na tę okazję przygotowanych wierszy i anegdot. Dowiedzieliśmy się również, że w przyszłym roku spotkanie wielkanocne odbędzie się zapewne w innym miejscu, bo na terenie obecnego „Uniwersamu” będą już wówczas trwałe intensywne prace związane z przebudową obecnego kompleksu handlowego i siedziby spółdzielni „Społem” WSS Praga-Południe.

Tekst i foto: ELŻBIETA JĘDRYCH

PSS Grodzisk Maz

Rozwojowy trend

Moja marcową wizytę w Grodzisku Mazowieckim przypadła w gorącym okresie przedświątecznego handlu. Dekoracje i hasła promocyjne powitały mnie już na progu sztandarowego sklepu spożywczego w okazałym budynku siedziby PSS Społem przy głównej ul. 11 Listopada 33. W witrynie sklepu, obok bankomatu, dobrze widoczne plakaty z napisami o promocjach cenowych, głównie ryb, wędlin i drobiu. Z drugiej strony sklepu w witrynie plakat z wymownym słownym hasłem: „Społem przez cały rok!”. We wnętrzu znajdują potwierdzenie o pełnej gotowości świątecznego handlu, bo pracownicy sprzedawczyń zajęte są sprawną obsługą sporej grupy klientów, którzy w poludnie zdyscyplinowanie stoją w kolejkach przy stoisku mięsny i cukierniczym.

Podobnie było później, gdy już zegnałem się z miastem przy dworcu kolejowym. Tam w sklepie spożywczo-przemysłowym przy ul. 11 Listopada 48 /wejście



Prezes Grażyna Gąstał

naprzeciwko dworca, od ul. 1 Maja, był również duży ruch, ale przy kasie, a w części przemysłowej jedna z pań poprawiała jeszcze dekorację w witrynie.

Dokończenie na str. 3

PSS Sochaczew

Sprostować wyzwaniom



26 marca br. w spółemowskim Cafe Barze przy centralnym placu Kościuszki w Sochaczewie obradowało Walne Zgromadzenie sochaczewskiej Społem PSS. Na jego przewodniczącą wybrano przewodniczącą Rady Nadzorczej Janusza Miłkowskiego, a do prezydium – wiceprzewodniczącą Rady Elżbietę Małecką i sekretarz Teresę Paźniak. Jak co roku sprawozdanie roczne wygłosił prezes Józef Chocian. Ale zanim to nastąpiło, odznaki „Zasłużony dla Społem”, przyznane przez Zarząd KZRSS Społem przyjęli przy sztandarze spółdzielni: Tomasz Słubik, Justyna Świątlicka, Grażyna Wolska i Wioletta Zagajewska /na zdjęciu obok/. Akurat nie byli oni na pamiętniku uroczystości 85-lecia PSS w ub. roku, ponieważ w tym czasie pracowali.

Do świetnego jubileuszu spółdzielni nawiązał w sprawozdaniu prezes Józef Chocian, wspominając, że znakomicie dopisali wtedy sponsorzy-partnerzy handlowi PSS, jakby odwdzięczając się za dobrą wieloletnią współpracę. Ta dobra współpraca z kontrahentami, w tym solidność płatnicza spółdzielni, stała się jednym ze źródeł jej osiągnięć. Zaangażowanie i ofiarność załogi, ale i zabiegi marketingowe, inwestycje, oszczędności, to główne czynniki tego, że mimo rosnącej ogromnej konkurencji PSS od wielu lat, choć coraz bardziej z wielkim trudem, jest na plusie. Prezes wymienił tu m.in. nowe placówki Biedronek, Carrefoura, Kauflanda, Rosmanna /który sprzedaje

Dokończenie na str. 3



PAP

Tuż przed Świętami Wielkanocnymi odbyła się w Centrum Prasowym PAP konferencja prasowa ministra rolnictwa i rozwoju wsi Marka Sawickiego. Tematem konferencji były aktualne problemy branży mięsnej, która mimo embargo rosyjskiego, stopniowo odzyskuje coraz lepsze pozycje eksportowe. W miejsce Rosji rośnie eksport polskiego mięsa i wędlin do Chin, Indii oraz innych krajów azjatyckich i do krajów amerykańskich. Minister Sawicki przygotował dla dziennikarzy prezentację specjalnego wielkanocnego stołu zastawionego wspaniałymi, smacznymi wędlinami z drobiu, wieprzowiny i wołowiny. Po degustacji stwierdziliśmy zgodnie, że są przepyszne i przez to mają szansę na coraz większy eksport.

JW.





Wielkanoc 2015

Święta Wielkiej Nocy były impulsem dla "Społem" WSS Śródmieście do zorganizowania dla przedszkolaków i uczniów konkursu. Zadaniem konkursowym było wykonanie plakatu z życzeniami świątecznymi. Do konkursu zaproszone zostały dzieci z Przedszkola nr 222 przy ul. Wyki 17 na Bemowie oraz SOSW z Powiśla.

Prace wykonały trzylatki z grup przedszkolnych „Misie” i „Słoneczka”, czteroletki z grupy „Motylki” oraz pięcioletki z dwóch grup: „Biedronek” i „Pszczółek”. Kartki zostały wykonane różnymi technikami. Bazę stanowiły elementy wycięte

Konkurs Świąteczny

i pokolorowane (miś, pisanka, kurczątka, kurczak) a następnie ozdobione gotowymi elementami w postaci motylków, biedronek, kurczaczków, kwiatuśzków, słoneczek, kropeczek. Przez wszystkie grupy spełnione zostało kryterium oznaczenia życzeń symbolem grupy, która zrealizowała swoje zadanie. Ponadto w trakcie prac została sporządzona dokumentacja zdjęciowa, jak również grupowe zdjęcia z efektami końcowymi. Dzieci pod czujnym okiem opiekunek mimo różnic wiekowych dały z siebie wszystko, aby każda kartka z życzeniami wielkanocnymi była dopracowana, kolorowa i wyjątkowa.

W konkursie wzięły udział również uczennice ze Specjalnego Ośrodka Szkolno-Wychowawczego nr 8 dla Dzieci Słabowidzących im. Zofii Galewskiej z Powiśla. Pod opieką Ewy Kowalskiej uczennice z klasy VIa Szkoły Podstawowej Zuzanna Łukasiak i Klaudia Muzińska (metodą wyklejania akcentów świątecznych – pisanki, babka wielkanocna, motylki) oraz Patrycja Kaza z I klasy Gimnazjum (zajęcie – rysunek pomalowany kredką świecową) podobnie jak w poprzednich konkursach plastycznych wykazały się pomysłowością i dużą precyzją. Życzenia wielkości plakatów adresowane były do pracowników „Społem” oraz klientów (p. na str. 1-2). **Jot.**



WIERZBNA, KWIETNA to dawne nazwy Niedzieli Palmowej. Tradycja z dawien dawna jest święcenie w ten dzień palm. Palmy powinny zawierać gałązki leszczyny i wierzby, cisu, sosny, lub jałowca

Niedziela Palmowa

czy winorośli. Przypisywano im właściwości lecznicze a nawet czarodziejskie, stąd poświęconymi palmami chłostano się dla zdrowia, lub polykano pączki gałązki wierzbowej. W domostwach były i są zawieszane lub zatykane za obrazami o tematyce religijnej. Szczególnym miejscem podtrzymywania tradycji związanych z palmami jest kurpiowska wieś gminna Lyse na Kurpiach, gdzie odbywają się doroczne konkursy na wykonanie palm kurpiowskich.

W tym roku po raz 46. pod egidą Gminnego Ośrodka Kultury, Sportu i Rekreacji w Lysych oraz Muzeum Kultury Kurpiowskiej w Ostrołęce ogłoszono doroczny konkurs, którego celem jest: „popularyzacja tradycyjnej plastyki obrzędowej; – poznanie stanu zachowania tradycyjnych umiejętności wykonywania palm wielkanocnych; – zachowanie i reaktywowanie tradycyjnych elementów i motywów we współczesnej plastyce obrzędowej związanej ze Świętami Wielkanocnymi”.

W konkursie biorą udział zarówno twórcy ludowi zrzeszeni i niezrzeszeni

, zespoły uczniów szkół różnego stopnia oraz organizacje społeczne i koła zainteresowań. Uczestnicy konkursu dostarczają palmy do kościoła p.w. Św. Anny gdzie podlegają oglądowi uczestników obrzędu oraz członków komisji konkursowej. Ta ostatnia uwzględni wysokość palmy (minimum 1,2m), kolorystykę, kompozycję, użycie tradycyjnych materiałów (papier, bibuła, roślinność zielona niechroniona). W tym roku do konkursu zgłoszonych zostało 130 palm z czego 9. nie zostało zakwalifikowanych. Po dokonanej ocenie twórcy uczestniczą z palmami w procesji, a następnie prezentują je podczas uroczystej mszy w kościele p.w. Chrystusa Króla Wschodnia.

W Niedzielę Palmową do Lysych zjeżdżają rzesze turystów z całej Polski. W tym roku 29 marca, podobnie jak w latach ubiegłych, odbywały się liczne prezentacje zespołów folklorystycznych, wystawy i kiermasze sztuki ludowej, prezentacje gospodarstw agroturystycznych. **Jot.**

Z KART HISTORII

Anglicy zataili...

Przez 30 lat władze brytyjskie czyniły wiele, aby wyciszyć wiedzę o sprawcach zbrodni na Polakach w Katyniu, gdyż nie chcieli drażnić Związku Radzieckiego – taka konstatacja wynika z odtajnionych dokumentów w archiwach brytyjskich. Publikuje je polski resort spraw zagranicznych

MSZ opublikowało na swojej stronie internetowej 62 dokumenty naświetlające politykę Wielkiej Brytanii w kwestii wymordowania w 1940 roku – na rozkaz Stalina – 22 tysięcy polskich oficerów. Dokumenty te były tworzone w latach 1942 – 1980 i zostały niedawno odtajnione przez angielskie Archiwum Narodowe. Na tej stronie opublikowano m.in. raport przedstawiciela Wielkiej Brytanii przy rządzie polskim na wychodźstwie Owena O Malleya z 15 kwietnia 1943 r. Raport ten powstał kilka dni po ujawnieniu zbrodni przez Niemców.

Zdaniem Piotra Długoleckiego, historyka z polskiego MSZ angielskie władze od początku były tego świadome. Ale... jednakże dla utrzymania dobrych stosunków ze Związkiem Radzieckim premier Winston Churchill na początku 1944 roku podjął decyzję o utajnieniu tego materiału. W konsekwencji raport Owena O Malleya odtajniono dopiero w latach 70 ub. wieku. Aż dziw bierze, że kiedy Churchill nie żył już od lat, to jego następcy jakoś nie kwapili się do odtajnienia tak kluczowych dla polskiego narodu dokumentów. Na śmierć zapomnieli, że przed wybuchem II wojny światowej mieli podpisany układ z Polską o wzajemnej pomocy, na podstawie którego takie wiadomości, jak ta o sprawcach zbrodni katyńskiej powinny być „z marszu” przekazywane nad Wisłę.

Dopiero kiedy premierem Wielkiej Brytanii została w 1979 roku Margaret Thatcher zmieniło się nastawienie Anglików do tej bolesnej sprawy.

JERZY WOJCIEWSKI

XV Spółdzielcza Spartakiada Zimowa – 6-8 marca 2015

Zimowe zmagania

Pod patronatem Polskiego Komitetu Olimpijskiego, program marcowej Spartakiady w Wiśle przewidywał m.in. zawody sportowe, integracyjną kolację z muzyką góralską i wycieczkę do Brackiego Browaru Zamkowego w Cieszynie. Gości witali m.in. burmistrz Wisły Tomasz Bujok i dyrektor Spółdzielczego Domu Wczasowego Klos Anna Nogowczyk. 8 marca odbyło się rozdanie pucharów i wyróżnień najlepszym zawodnikom. Wręczali je przedstawiciele Krajowej Rady Spółdzielczej, m.in. wiceprezes Zarządu Zygmunt Pańnik i wiceprzewodniczący ZO Mieczysław Grodzki. Wśród 10 sponsorów spartakiady były

dwie spółdzielnie społemowskie: PSS Białystok i WSS Śródmieście. Kosz delikatesowy od WSS Śródmieście tradycyjnie otrzymał najmłodszy uczestnik imprezy kilkunastoletni Konrad Metelski.

Pierwsze trzy miejsca w poszczególnych konkurencjach zajęli: slalom narciarski mężczyźni – Andrzej Dykta z SM Nysa, Tadeusz Szcęćka z RSP Kornica i Adam Cieślak - GS Wiśła, slalom narciarski kobiet – Justyna Śliwka z GS Wiśła, Agnieszka Pilch oraz Urszula Podzorska z GS Wiśła, Jolanta Fiedoruk – z PSS "Społem" Białystok, zjazd na sankach – Edward Huczek z RSP Kornica, Bożena Zdunek z RSP Duchnice i Bogusław Jamroszko z PSS "Społem" Białystok.

Felieton obywatelski

Kosztem biedy

Neoliberalizm rządzi bez pardonowo w demokratycznej – głównie z nazwy - Polsce demonstrując wielką arogancję i chciwość na każdym kroku. Członkowie zarządów banków i państwowych spółek zawłaszczają nienależne im pieniądze kosztem - jak wyraził się w jednym z artykułów prof. Grzegorz W. Kołodko - narastającego materialnego rozwarstwiania ludności i szerzącej się biedy. Portal Money.pl daje liczne przykłady astronomicznych wynagrodzeń prezesów spółek, należących do skarbu państwa polskiego, które są objęte tzw. ustawą kominową.

Rekordzistą jest szef PKO Bank Polski Zbigniew Jagiełło, który w ubiegłym roku zainkasował 3 miliony 112 tys. zł, czyli jego dniówka wyniosła aż 8500 zł... Tylko ciut mniej zarobił w 2014 roku prezes PKN Orlen Jacek Krawiec, tzn. 2 miliony 914 tys. zł., zaś prezes PZU Andrzej Klesyk zakosił „jedyńie” 2 miliony 714 tys. zł. Herbert Wirth z KGHM – 2 mln 277 tys. zł., a Mariusz Zawisza z PGNiG – 1 mln 935 tys. zł., a szef słynnej Jastrzębskiej Spółki Węglowej Jarosław Zagórowski „tylko” 950 tys. zł. Średnie zarobki prezesów państwowych spółek, jak wynika z serwisu Money.pl, to 1,5 mln zł brutto rocznie, czyli około 375 średnich pensji przeciętnego Polaka...!

Spółki, których współwłaścicielem jest skarb państwa są niebywale rozrutne i nie skąpią pieniędzy dla swoich me-

nedżerów. Natomiast samo utrzymanie 10 czolowych firm kosztowało w 2014 roku aż 65 milionów zł., a samych prezesów około 18 milionów zł.

Skąd się biorą tak niebotyczne, mówiąc ściślej rabunkowe pensje tych liderów zarządzania?

Wszak skoro zgodnie z tzw. ustawą kominową mogą zarobić nie więcej niż 25 tys. zł. miesięcznie!

Firmy omijają obowiązujące przepisy i zawierają z prezesami kontrakty menedżerskie, których treść jest utajniona... To jest mowa trawa dla infantylnych maluczkich. Nie tylko wybitni ekonomiści, ale i studenci SGH i wielu innych logicznie myślących ludzi są przekonani, że ani premier Tuśk, ani premier Kopacz nie są tępymi głupcami i dobrze znają szczegółowo i uwarunkowania tych menedżerskich kontraktów. Dobrze wiedzą, że ustawa kominowa pod naporem czolowych neoliberalów jest już właściwie martwym prawem i że zanoszą się na to, że i ona zostanie niezadługo (ciekawe czy jeszcze przed wyborami parlamentarnymi?) zlikwidowana.

Ponoć zabiegają o to czolowi zarządcy resortu skarbu państwa. Ci finansowi spryciarze i miłośnicy neoliberalizmu dwa lata temu wdrożyli tzw. Program Profesjonalizacji Nadzoru, który w poważnym stopniu ograniczył skuteczność dotychczasowych regulacji prawnych. Aktywniejsi skarbowcy państwowi po-

zwolili sobie niedawno na przygotowanie projektu ustawy o nadzorze właścicielskim, który praktycznie zlikwiduje ustawę kominową. Ponieważ to de facto będzie projekt rządowy, to najpierw ci „twórcy” projektu musieli uzyskać zgodę premiera. Którego – Ewy Kopacz, a może jeszcze Donalda Tuska...?

Skąd pewność, że Parlament to dzieło zatwierdzi jak stado potulnych cieląt? Przecież ten projekt przewiduje rychłe wyłączenie stosowania ustawy kominowej wobec kluczowych spółek skarbu państwa. Procedury wdrożenia ustawy w życie przewidują, że gdyby jakimś cudem taka ustawa zyskała by akceptację Sejmu i Senatu, to jeszcze trzeba ją szybko zanieść do podpisu pana prezydenta. A ten nie jest w ciemni bity – przekaze dokument swoim wysoko wykwalifikowanym prawnikom. Oni mogą mieć różne wątpliwości, co być może projektantów ustawy rozżości... Bawiem zakładano, że taka ustawa uzyska specjalną ścieżkę legislacyjną i wejdzie w życie jeszcze przed wyborami.

No, ale nasz prezydent Komorowski jako zwierzchnik sił zbrojnych potrzebuje kasy na nowoczesne dobrojenie polskiego wojska i z urzędu jest przeciwny dalszemu popadaniu w biedę polskiego społeczeństwa. Dziwiwo go tak samo jak milionów Polaków utajone treści kontraktów menedżerskich... Dlaczego nie traktować wynagrodzeń liderów państwowych spółek, tak jak ograniczonych wynagrodzeń ministerialnych, w służbie państwa?

JERZY WOJCIEWSKI

● Panorama Wydarzeń ● Panorama Wydarzeń ●

Nowe placówki PSS Białystok

Nowy sklep PSS Społem Białystok powstaje na osiedlu Leśna Dolina. Na osiedlu Piasta z kolei sieć uruchamia swój kolejny bar. Ponad 700 mkw. powierzchni będzie miał nowy sklep sieci PSS Społem Białystok. Placówka powstaje na osiedlu Leśna Dolina – przy ul. św. Andrzeja Boboli, w sąsiedztwie skrzyżowania z ulicami Szarych Szeregów i Bacieckiego. W sklepie będzie można wybierać spo-

śród 10 tys. pozycji asortymentowych. W ofercie znajdują się również świeże produkty: mięsa, wędliny, owoce, warzywa oraz wypiekane na miejscu pieczywo. Podobnie jak w innych sklepach sieci, klienci będą mogli opłacić rachunki, doładować telefon komórkowy, wypłacić gotówkę w bankomacie Euronet, na miejscu będzie także punkt Lotto. Nowa placówka zatrudni około 35 pracowników. Jej otwarcie zaplanowano na przełom kwietnia i maja. W tej chwili trwa wyposażanie sklepu.

Natomiast przy skrzyżowaniu ulic Piastowskiej i Chrobrego powstanie bar bistro "Słowiański". Zjeść będzie można na miejscu, a także zabrać potrawy na wynos. Mieszkańcy osiedla Piasta pamiętają, że w miejscu tym działała przed laty restauracja "Słowiańska". Będzie więc to poniekąd powrót do pierwotnej funkcji.

Świeże ryby w Szczecinie

Społem w Szczecinie wprowadziło do oferty świeże ryby i owoce morza. Są one dostępne w trzech sklepach spółdzielni: Pogodno, ul. Reymonta 4; Pomorze, ul. E. Gierczak 27 oraz Hermes, ul. Lelewela 8. PSS w Szczecinie jest jednym z większych pracodawców w mieście. Zatrudnia ponad 720 osób. Prowadzi 59 sklepów spożywczych i przemysłowych, dzierżawi innym podmiotom 9 sklepów, a 3 sklepy pracują na zasadzie agencji.

Zbiórka przedświąteczna

W końcu marca żywność długoterminową dla najuboższych mieszkańców Lublina zbierali uczniowie i podopieczni Bractwa Miłosierdzia im. św. Brata Alberta. Dary dla potrzebujących można było przekazywać w wybranych sklepach LSS "Społem". Produkty wykorzystano do przygotowania śniadania wielkanocnego dla najuboższych mieszkańców miasta, które odbyło się 31 marca.

Orzeł Agrobiznesu

Zakończyła się jubileuszowa, 50. edycja konkursu o nagrodę „Orzeł Agrobiznesu”. Wśród ośmiu laureatów konkursu znalazła się m.in. „Społem” PSS „Robotnik” w Zamocisku. To nagroda przyznana za sukces rynkowy spółdzielni. Uroczyste wręczenie nagród odbyło się w dniu 18 marca br. w Domu Literatury w Warszawie. Zamojska „Społem” PSS „Robotnik” posiada obecnie 21 sklepów, z których 2 działają w Tomaszowie Lubelskim. Ponadto posiada 4 piekarnie i ciastkarnie. Spółdzielnia zatrudnia 370 pracowników. Organizatorem konkursu o nagrodę „Orzeł Agrobiznesu” jest warszawska Agencja Promocyjno-Wydawnicza EMS. Nagrody przyznaje kapituła pod przewodnictwem posła PSL Franciszka Stefaniuka.

Galeria Leśna

Jak informuje 1 kwietnia br. portalspozywczy.pl 6 marca Społem PSS w Hajnówce otworzyła Galerię Leśną w Hajnówce. Koszt inwestycji to ponad 5 mln zł. W miejscu istniejącego budynku SDH w centrum miasta powstał obiekt handlowy o nowoczesnej bryle, idealnie komponujący się w krajobraz miasta, o powierzchni 2 500 mkw. i kubaturze 12 640 m³. Galeria Leśna hajnowskiej Spółdzielni jest odpowiednią na obecne zapotrzebowanie na nowoczesne formy handlu łączące pod jednym dachem wiele działalności. Jest to pierwszy w mieście budynek handlowo-usługowy z windą. Już od grudnia 2014 r. działa tam market spożywczy Gama o powierzchni 350 mkw. Prowadzona jest jeszcze komercjalizacja lokali na piętze Galerii.

Obecnie klienci mogą robić zakupy w markecie Gama, sklepie Textil Market, wymienić walutę w kantorze oraz kupować leki w Aptece Bliska. Pozostali dzierżawcy obecnie przystosowują lokale do swoich potrzeb aby mieszkańcy Hajnówki w pod koniec marca mogli robić zakupy w takich sklepach jak 5-10-15, Troll, Diverse, Esofit a także oddziały banku. Otwarcie galerii połączono z uroczystością 92-lecia PSS Hajnówka.



HANDLOWA SPÓŁDZIELNIA PRACY "HURT" 25 LAT

Radosnych i spokojnych Świąt Wielkanocnych wszystkim Kontrahentom, także Spółdzielcom związanych na niwie handlowej życzy Rada Nadzorcza i Zarząd Spółdzielni



OD 25 LAT DYSTRYBUTOR ARTYKUŁÓW SPOŻYWCZYCH
SIEDZIBA: 01-141 WARSZAWA, UL. WOLSKA 84/86 tel. 22 632-35-16
ZAPRASZAMY NA www.hsp-hurt.com.pl

PSS Grodzisk Maz

Dokończenie ze str. 1

Klienci mieli dostęp do gazetek cenowych z hasłem: „Marka, jakość, tradycja – zawsze w polskim sklepie”. Tutaj także, jak informuje gazetka i potwierdziła mnie prezes PSS Grażyna Gąstał, mogą oni korzystać z honorowania promocyjnej grodziskiej Karty Dużej Rodziny oraz z tzw. „Zakupów z polecenia”, czyli systemu promocyjnych bonifikat grodziskich miejscowych firm. Te dwie inicjatywy łączą wysiłek samorządu i miejscowych przedsiębiorców, w tym kupców, usługodawców z myślą o popieraniu rodzin wielodzietnych i lokalnych polskich firm.



Rozwojowy trend

Grodziska spółdzielnia, która w mieście i okolicy działa już 111 lat, honoruje te inicjatywy we wszystkich swoich 17 placówkach handlowych, w tym ośmiu w Grodzisku, siedmiu w Milanówku, jednej w Brwinowie i jednej w Otrębusach. Najokazalsza z nich to Centrum Handlowe w Milanówku, przy wejście do tego miasta przy ul. Podwiejskiej 39. O uroczystości otwarcia z udziałem najwyższych władz powiatu i miast pisaliśmy w numerze listopadowym w ub. roku. W tym okazałym 1600-metrowym obiekcie z dużym parkingiem, na parterze znalazł się 700-metrowy sklep spożywczy PSS, a na I piętrze jego część przemysłowa oraz pomieszczenia wynajmowane dla innych firm. Będzie tu apteka, punkty usługowe, pralnia.

Jak przyznaje pani prezes, to największa inwestycja grodziskiej spółdzielni od 2004 r., kiedy to jeszcze za prezesury wieloletniego prezesa Władysława Danieluka, rozpoczęto duży cykl inwestycji. Przez wiele lat, zanim niedawno przejął

od niego swą funkcję, prezes Grażyna Gąstał była wiceprezesem Zarządu i bardzo wiele się nauczyła. Chce kontynuować tę strategię rozwoju spółdzielni, choć za wcześnie by mówić o dalszych budowlach. Pani prezes wylicza 11 takich inwestycji, które w dużej mierze zmieniły oblicze spółdzielni i są nadal motorem rozwoju. A więc są to obok CH Milanówek zbudowane w latach 2005-2012: 2-piętrowy obiekt mieszkalny przy ul. 11 Listopada w Grodzisku, 3-piętrowy podobny przy ul. Piaskowej w Grodzisku, 1-piętrowy przy Krakowskiej w Milanówku, 3-piętrowy z mieszkaniami przy Sienkiewicza 33 w Grodzisku, 2-piętrowy przy pl. Zygmunta w Grodzisku, 4-piętrowy przy ul. 11 Listopada w Grodzisku, 2-piętrowy przy Słowackiego w Milanówku, 1-piętrowy przy Kościuszki w Milanówku, parterowy przy Pszczelarskiej w Brwinowie i zakupiony od GS parterowy pawilon w Otrębusach.

Niewątpliwie zasługi przy tych ogromnych przedsięwzięciach poniósł prezes

Danieluk, wybitny ekspert budowlany, z uprawnieniami nadzoru budowlanego, były prezes Spółdzielni Mieszkaniowej w Grodzisku. Jego dzieło godnie kontynuuje Zarząd z prezes Grażyną Gąstał i wiceprezes Ewą Gąsior oraz Rada Nadzorcza z przewodniczącym Tadeuszem Proczkiem. Mają za sobą wsparcie grupy 241 członków i 157 pracowników spółdzielni. Są w pełni świadomi tego, że w trudnej sytuacji rynkowej, gdy zalewają nas zewsząd dyskonty i wielkie sieci. Społem może bronić się bronić tylko poprzez marsz do przodu. Zatem inwestycje, modernizacje, aktywne marketing, wspólne zakupy w MAH i KPH Społem, promowanie marki własnej, wspieranie lokalnych inicjatyw gospodarczych, dobra współpraca z samorządem.

Na gruncie lokalnym, gdzie władze miasta i mieszkańcy doceniają ich wysiłki inwestycyjne, wspierają się wzajemnie nie tylko z miejscowymi kupcami i przedsiębiorcami, ale i spółdzielniami – mleczarską i mieszkaniową. W sklepach spółemowskich dobrze sprzedają się wyroby grodziskiej spółdzielni mleczarskiej, warszawskiej SPC, ale i miejscowych piekarń i cukierni, producentów warzyw i owoców. Naprzeciwko agresywnych Biedronek, Lidla, Tesco, Carrefoura stają spółemowskie sklepy, np. te z coraz lepszymi obrotami w Grodzisku i Milanówku, zwłaszcza przy głównych ulicach, co kłuje w oczy konkurencję, bo nasze obiekty są coraz piękniejsze.

Na koniec wizyty, kiedy ściskam dłoń uśmiechniętej jak zwykle pani prezes i życzę jej i spółdzielni nadal wysokich obrotów, myślę że dalej będzie procentowało jej niemałe doświadczenie i wiedza, wyniesiona aż od policyalnych studiów ekonomiki i organizacji przedsiębiorstw handlowych. I że wakacyjny oddech nad ulubionym Morzem Śródziemnym przyniesie jej nowe potrzebne siły i energie.

Tekst i foto:
DARIUSZ GIERYCZ



PSS Sochaczew

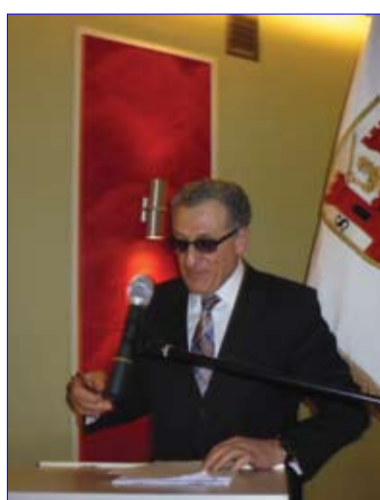
Dokończenie ze str. 1

nawet kabanosy! oraz dwa nowe centra handlowe w mieście.

Spółdzielnia, która liczy obecnie 143 członków, prowadzi 15 sklepów, w tym 12 spożywczych i trzy przemysłowe, bar gastronomiczny, piekarnię i targowisko. Handel spółemowski jest całorocznie reklamowany w Echu Powiatu i Ziemi Sochaczewskiej oraz w radiu Fama. Rośnie sprzedaż na karty płatnicze /wzrost roczny 128 proc./.. Blisko 4,5 tys. uczestników kar-

ty lojalnościowej zrobiło w 2014 r. zakupy o wartości blisko 8,5 mln zł. Największe obroty odnotowały sklepy nr 5 i 3. Dobre wyniki ma bar gastronomiczny, znany z tanich i dobrych potraw polskich oraz piekarnia, ceniona za swe zdrowe tradycyjne pieczywo. W sumie PSS osiągnęła za rok ubiegły 169 tys. zł zysku brutto.

Rok 2014 to również rok inwestycji i remontów, w tym sporych nakładów na remonty 13 obiektów, zmiany oświetlenia na ledowe, przyłączy gazowych, zakup pawilonu przy ul. 15 Sierpnia, zakup kas i urządzeń. Odnowiono elewacje dawnej rest. Stylowa, obecnie w dzierżawie i wygląda jak nowa. Wydatki te ponoszono bez kredytów bankowych.



Podobnie w roku 2015 PSS zamierza inwestować, rozpoczynając prace w zakupionym wcześniej pawilonie, przeprowadzając remonty w kolejnych sklepach, w piekarni, na targowisku, zakupując meble i sprzęt. Dziękując Radzie Nadzorczej, kadrcze i pracownikom za pracę, wiarę i zakupy w naszych sklepach, prezes Chocian stwierdził, że „Wasza solidna praca buduje wspólną przyszłość”.

Potwierdzeniem dobrej, stabilnej kondycji sochaczewskiej PSS była pozytywna ocena ubiegłorocznej lustracji. Jej wyrazem było też jednogłośnie uchwalenie, na wniosek Rady Nadzorczej, absolutorium dla Zarządu w składzie: prezes Józef Chocian oraz członkowie Wiesława Podoska i Agnieszka Strzelczyk. Jak zaznaczył wcześniej sam prezes, za jego kadencji spółdzielnia od 24 lat przynosi zyski, mimo coraz trudniejszej sytuacji na rynku.

O tych nielatwych kwestiach szerzej mówił prezes przy okazji przyjmowania uchwał. Dotychczasowe uporczywe wysiłki nie dają nam gwarancji, że nie poniesiemy strat. Czy mamy nadal pełzać w handlu? Czy mamy biernie

Sprostować wyzwaniom



MAH „Społem”

Konferencja Wiosenna



Dokończenie ze str. 1

warunki w formie dodatkowych opłat, także na opóźnienia w zapłacie faktur, szczególnie bolesne dla małych firm.

W dalszej części wystąpienia profesor mówiła o funkcjonowaniu ustaw o ochronie konsumentów i ochronie konkurencji, o terminach zapłaty, o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. W zakończeniu wspominała o trendach rozwojowych w handlu, w którym przedsiębiorstwa handlowe masowo obecnie łączą się w grupy zakupowe, bo rozdrobnienie w handlu prowadzi do zaniku małych firm. Natomiast jeśli chodzi o relacje przedsiębiorstw w handlu to przepisy są niejednoznaczne i powstają różne ich interpretacje. Należy oczekiwać, że w Unii Europejskiej pojawią się bardziej jednoznaczne regulacje w tym względzie.

Dziękując referencie za wystąpienie, prezes Jadwiga Wójtowicz-Garwoła dodała, że warto by spółdzielnie, wobec niejednoznaczności przepisów postępowaly zgodnie z sumieniem i zdrowym rozsądkiem oraz by korzystały z usług dobrych kancelarii prawnych.

Podczas konferencji przedstawiciel Pepsi Cola Daniel Troc omówił, ilustrując

to filmem, kampanie promocyjne swojej firmy, w tym wiosenną akcją konsumencką zbierania kapsli, wspieranie reklamowe gwiazd sportu /Serena Williams/, szczególnie promowanie napojów na wiosnę i lato jak np. Lipton Ice Tea, Rock Star Energy Drink, wody Krystaliczne Źródło. W lecie pod patronatem Pepsi Coli zapowiedziane są imprezy muzyczno-rozrywkowe na wolnym powietrzu w różnych miastach i ośrodkach wakacyjnych.

Na zakończenie konferencji prezes Jadwiga Wójtowicz-Garwoła złożyła wszystkim zebranym serdeczne życzenia Wesołych Świąt Wielkanocnych oraz zaprosiła na wspólny uroczysty obiad. W przyjaznej, ciepłej atmosferze wymieniano życzenia świąteczne, a specjalne życzenia pogodnych, rodzinnych, radosnych Świąt skierowała do wszystkich przewodnicząca Rady Nadzorczej MAH Anna Tylkowska. Uczestnicy konferencji w przerwie i po jej zakończeniu mogli korzystać z ciekawej oferty wystawionych stoisk – Garmond Press z bogatym wachlarzem czasopism świątecznych, płyt i książek oraz ALPAN ze znakomitymi wyrobami mleczarskimi.

Tekst i foto:
DARIUSZ GIERYCZ

Komunikat MAH

W dniu 16 marca 2015 r. Rada Nadzorcza Mazowieckiej Agencji Handlowej „Społem” Spółka z o.o. na swym posiedzeniu zajmowała się następującymi tematami:

- zatwierdzeniem sprawozdania finansowego Spółki za 2014 r.,
- wynikami ekonomicznymi Mazowieckiej Agencji Handlowej w 2014 r. oraz współpracą handlową ze spółdzielniami i dostawcami na bazie podpisanych przez Spółkę umów w minionym roku.

Rada Nadzorcza Mazowieckiej Agencji Handlowej podjęła uchwałę w sprawie zatwierdzenia sprawozdania finansowego Spółki za 2014 rok oraz z satysfakcją przyjęła wypracowane pozytywne wyniki.

Tekst i foto:
DARIUSZ GIERYCZ

patrzeć na cofanie się handlu spółdzielczego? – pytał retorycznie prezes. Owszem, wspólne zakupy w MAH, KPH, promocja marki własnej Społem, ale to za mało. W obliczu nieprzerwanej ekspansji wielkich zagranicznych sieci trzeba szukać wspólnie poprawy warunków sprzedaży, aby nie przegrywać cenowo z dyskontami i tymi sieciami. Z całą mocą podkreślił, że absolutnie nie chce przekształcenia spółdzielni w spółkę! To byłoby szkodliwe dla spółdzielców, dla pracowników, o czym dobitnie świad-

czą negatywne przykłady takich spółek w Tychach i Zabrze.

Po tych wyjaśnieniach, przy jednym głosie wstrzymującym się, Walne Zgromadzenie przyjęło uchwałę o przystąpieniu spółdzielni do organizacji gospodarczych. Na delegatów na VI Zjazd Krajowy KZRSS Społem wybrano dwóch delegatów: Józefa Chociana i Janusza Miłkowskiego.



Poradnik Sprzedawcy

Jak wskazuje portal dlahandlu.pl 11 marca – Ludzkie oblicze obsługi wciąż jest najważniejsze. Wyniki VIII edycji Polskiego Programu Jakość Obsługi wskazują, że z jakością obsługi jest coraz lepiej i wskaźnik zadowolenia klientów w Polsce (PCSI) z roku na rok rośnie. W 2014 r. trzy czwarte badanych było zadowolonych z tego, z jakimi standardami spotkało się w miejscach obsługi, a niemal co czwarty odchodził z punktu obsługi nieusatsfakcjonowany. Ogólny wskaźnik jakości obsługi wynosi ponad 76 proc. i jest o prawie 16 punktów procentowych wyższy niż w 2012 roku.

Podnoszący się poziom zadowolenia klientów zaobserwować można w pięciu obszarach jakości obsługi, które są oceniane podczas zgłaszania opinii na portalu jakoscobslugi.pl. Podobnie jak w latach poprzednich, najlepiej przez klientów oceniany jest wygląd miejsca obsługi. Jest to spowodowane tym, że firmom najłatwiej wdrożyć zmiany w tym aspekcie. Niemniej jednak kluczowy czynnik to ludzie. W opiniach klientów czekamy zbyt długo na obsługę, personel nie reaguje na wydłużające się kolejki oraz nie rozwiązuje spontanicznie pojawiających się problemów klientów w miejscach obsługi. Konsument w wielu przypadkach narzekają również na zachowanie personelu, jego obojętność i nieuprzejmość. Natomiast jeśli klienci odczuwają sympatię i widzą uśmiech, wówczas oceniają

ten aspekt wysoko. Zawartość oferty i kalkulacja cenowa w stosunku do innych aspektów jakości obsługi jest oceniana pozytywnie. Dodatkowo konsumenci chwala wiedzę i kompetencje personelu.

W rankingu branż w stosunku do poprzedniego roku najwięcej straciła branża pocztowa i kurierska. Coraz więcej kupujemy przez internet, korystając przy tym z usług poczty i kurierów, dlatego też wymagania w stosunku do firm z tej branży są wysokie. Firmy specjalizujące się w tego typu usługach słabo radzą sobie z jakością obsługi swoich klientów. Wskaźnik branży oscyluje w granicach 69% i jest o niemal 8% niższy od ogólnego.

Handel z ludzką twarzą

polskiego wskaźnika jakości obsługi.

Od kilku lat w badaniu Polskiego Programu Jakość Obsługi zaobserwować można tendencję do wysokiej oceny jakości obsługi w branżach związanych z rozrywką i przyjemnościami. Najwyższy wskaźnik w rankingu wypracowały firmy z branży urody i perfumierii. W opinii konsumentów dobrze obsłużeni zostaniemy również w placówkach z branży turystycznej oraz związanej z rozrywką i hobby.

Na mapie zadowolenia klientów w Polsce w porównaniu z ubiegłym rokiem zaobserwować można znaczące zmiany. Wciąż najbardziej zadowoleni z jakości obsługi są mieszkańcy województwa opolskiego.

Słabo wypadające w poprzednich latach województwa wschodniej Polski, w 2014 r. istotnie zwiększyły swoje wskaźniki. Średnio o 9 punktów procentowych zwiększyło się zadowolenie klientów w województwie warmińsko-mazurskim, podlaskim i lubelskim. W porównaniu do całego kraju najslabiej radzą sobie województwa centralnej Polski. Wskaźnik jakości obsługi w województwie kujawsko-pomorskim, łódzkim oraz mazowieckim oscylują wokół 74%.

Poprawę zadowolenia klientów w województwie lubelskim zaobserwować można również w jego stolicy. Dotychczas słabo radzący sobie Lublin wskoczył do pierwszej trójki ran-

szanych przez klientów 44 tysięcy firm z 200 branż na portalu jakoscobslugi.pl oraz przy użyciu przez nich bezpłatnej aplikacji Premia360 na smartfony, wyliczany jest wskaźnik PCSI (Polish Customer Satisfaction Index), który przedstawia procent poziomu zadowolenia klientów w Polsce. Polski Program Jakość Obsługi współpracuje z ekspertami SecretClient specjalizującymi się w badaniach Tajemniczego Klienta oraz z Uniwersytetem Ekonomicznym we Wrocławiu.

Ocena wędlin

Zakład Przetwórstwa Mięsnego Handerek 26 marca radzi: Jak sku-

kingu najprzyjaźniejszych dla klienta miast. Obok Lublina niezmiennie najlepszymi miastami są Kraków i Szczecin. Stolica województwa zachodnio-pomorskiego przekroczyła granicę 80% zadowolenia z obsługi. Powyżej średniego wskaźnika jakości obsługi dla całej Polski znalazły się jeszcze Wrocław i Katowice. Najgorzej w rankingu największych miast poradziła sobie Łódź, która nie przekroczyła wartości 74 punktów procentowych.

Polski Program Jakość Obsługi, nieprzerwanie od 8 lat, realizuje trwające przez 365 dni w roku badanie, które ma na celu poprawę jakości obsługi i nawiązanie dialogu z konsumentami. Na podstawie opinii, zgła-

tecznie ocenić jakość wędlin? Przede wszystkim należy zwracać uwagę na kolor i fakturę wędliny. Szynka nie zawierająca „ulepszaczy” nie ma pięknego różowego koloru, który świadczy o dodanych do niej azotanach, nie jest również idealnie gładka. Należy wybierać te w kolorze białym lub szarym.

Złotawa skórka to znak, że została ona pomalowana preparatem wędzarniczym. Uwędzony wyrób wędliniarski powinien mieć skórę dość ciemną, suchą i brudzącą. Zdecydowanie unikać należy również wędlin mokrych, z których sączy się woda. Niedopuszczalne są również wędliny, które „kleją się” lub są „spoczone” – świadczy, to o przekroczeniu daty ważności do

Poradnik Konsumenta

Nowoczesne pokolenie 50+ jest bardziej energetyczne, aktywnejsze i ma większą siłę nabywczą niż kiedykolwiek dotąd. Wiele branż gospodarki przenosi obecnie swoją uwagę na „nowe” pokolenie starszych konsumentów donosi portal spozycy.pl.

Na całym świecie grupy dojrzałych konsumentów stają się coraz bardziej pożądanymi odbiorcami. Chociaż w wielu kategoriach produktowych do dziś uwaga skupiona jest na nastolatkach i aktywnych młodych osobach dorosłych, w przyszłości konsumenci w wieku ponad 50 lat będą na celowniku projektantów produktów i specjalistów ds. marketingu – twierdzi Dirk Maehr, Head of Global Marketing w firmie SIG Combibloc.

Zainteresowanie jest uzasadnione. Raport opracowany przez United Nations Population Fund (UNFPA) oraz HelpAge International, opublikowany w roku 2012 pod tytułem „Starzenie się w XXI wieku”, bada zmiany demograficzne i prezentuje niezwykle wnioski. W ciągu najbliższych dziesięciu lat na świecie będzie żyło ponad miliard osób w wieku powyżej 60 lat – około 150 mln więcej niż w roku 2012. Do roku 2050 liczba sześćdziesięciolatków osiągnie 2 mld. Zjawisko starzenia się społeczeństwa jest problemem dotyczącym nie tylko najlepiej rozwiniętych gospodarczo regionów, ale w coraz większym stopniu również krajów rozwijających się.

– Grupa 50+ będzie szczególnym przedmiotem zainteresowania, ponieważ w wielu przypadkach osoby te są aktywne i zainteresowane nowymi rzeczami, dbają o zdrowie i szukają produktów, które dają im dodatkowe korzyści. Średnia życia rośnie i wraz z nią zmieniają się zwyczaje zakupowe konsumentów. Celem nowoczesnych strategii produktowych i marketingowych skierowanych do dojrzałych konsumentów jest komunikowanie tego, jak satysfakcjonujące może być życie

– Ogólnie rzecz biorąc, konsumenci mają postrzegać życie i starzenie się jako proces naturalny i całkowicie pozytywny, który można wspierać nowoczesnymi produktami dopasowanymi do ich potrzeb i wartości. Ogólna koncepcja obejmuje również opakowanie – opowiada Head of Global Marketing w firmie SIG Combibloc. Proces opracowywania odpowiednich produktów i udanego ich wprowadzania na rynek zaczyna się od zdefiniowania grupy konsumentów i skomunikowania się

waż podczas nalewania – twierdzi Dirk Maehr z SIG Combibloc.

Polacy nie czytają etykiet, a jeśli nawet zdarzy im się rzucić na nie okiem, nie rozumieją przeczytanych informacji – wynika z badań przeprowadzonych na zlecenie Międzynarodowego Stowarzyszenia Producentów Mydeł, Detergentów i Środków Czystości „Czyste Piękno”. Konsumenti nie wiedzą też, na co zwracać uwagę i jak wybierać wartościowe produkty. Głównym kryterium wy-

konsumentów. Dużą rolę odgrywa też przywiązanie do danej marki i atrakcyjne opakowanie produktu. – Polski konsument cały czas jeszcze się uczy. Wiemy, że w momencie, kiedy kupujemy proszek do prania, to trzeba spojrzeć, czy on jest do prania kolorowego, czy do prania białego. Natomiast jest jeszcze szereg rzeczy, które powinniśmy przeczytać, na które musimy spojrzeć na etykiecie, zanim ten produkt kupimy – mówi dr Anna Oborska.

Ze statystyk wynika, że tylko co trzeci Polak czyta etykiety i sugeruje się informacjami umieszczonymi na opakowaniach. – Bardziej rzadko zwraca uwagę na ikonę załadunku prania, która jest zazwyczaj w lewym dolnym rogu etykiety. To jest ikona kosza wypełnionego ubraniami z dużą liczbą, która wskazuje nam, ile prań możemy wykonać przy pomocy tego opakowania. Powinniśmy spojrzeć na cenę, spojrzeć na ikonę załadunku prania i przeliczyć, na ile prań wystarczy mi ten produkt. To jest bardzo ważna rzecz, dlatego że na rynku mamy różne formy produktów i żeby je porównać między sobą, możemy tak naprawdę porównywać tylko cenę za pranie – tłumaczy dr Anna Oborska.

Podobnie jest z zakupem żywności. Z danych Instytutu Żywności i Żywnienia w Warszawie wynika, że ponad połowa Polaków nie zwraca uwagi na wartość energetyczną produktów, nie czyta tabel zawierających informacje o procentowej zawartości wybranych składników odżywczych i ich wartości kalorycznej.

Opr.red.

Poradnik Handlowy

Jak pisze portal dlahandlu.pl 26 marca – mała firma nie może zaoferować pracownikom wielkich pieniędzy i perspektyw kariery. Zgrany zespół, rodzinna atmosfera, zżyłiwe relacje z przełożonymi – to atuty małych firm. Zapewniając przyjazne warunki pracy, są w stanie utrzymać dobrych pracowników. Jednak przyjemna atmosfera pracy z czasem przestaje być wystarczającą dla najlepszych.

Dla najbardziej utalentowanych pracowników ważne są perspektywy rozwoju i poczucie bycia docenianym. To nie sama wysokość wynagrodzenia, wielkość przedsiębiorstwa, czy prestiżowa nazwa stanowiska, ale właśnie możliwości sprawdzenia się i wykorzystania swoich wyjątkowych umiejętności są najważniejsze dla najbardziej utalentowanych osób. Brak takich możliwości sprawia, że odchodzą z pracy w poszukiwaniu zajęcia, które da im satysfakcję. – Firmy tracą takich pracowników przede wszystkim dlatego, że w porę nie rozpoznają ich talentu – mówi Wojciech Michałek, tutor Akademii PARP. Pracodawca powinien mieć świadomość, że ma do czynienia z osobą utalentowaną i motywować ją do zaangażowania w rozwój firmy. Zarządzanie talentami polega na

identyfikowaniu i wspieraniu rozwoju najbardziej utalentowanych pracowników w celu realizacji planów przedsiębiorstwa. Brak zarządzania talentami w firmach MŚP sprawia, że to właśnie najbardziej utalentowani pracownicy najczęściej odchodzą z firm.

Duże firmy posiadają większe środki i możliwości, aby zachęcić wybitnie

lemów. Talent w pracy oznacza też zaangażowanie, wytrwałość w dążeniu do celu, pracowitość, fascynację pracą, a nawet skłonność do poświęceń. Utalentowani pracownicy przynoszą nie tylko wiedzę, ale i cechy, które wspierają rozwój firmy: zachowania twórcze, oryginalność myślenia, elastyczność, gotowość do zmian. Stanowią w firmie

najczęściej wykorzystują wiedzę nieformalną (ukrytą), a wiedzę formalną (jawną) elastycznie dopasowują do swoich potrzeb.

Kolejnym krokiem, mającym na celu zatrzymanie w firmie utalentowanych osób, jest odpowiednie rozmieszczenie ich na stanowiskach pracy. Należy zaplanować to tak, aby pracownicy nie mieli zbyt małych, ale również zbyt dużych kompetencji na dane stanowisko, tak by ich talenty nie marnowały się z powodu zajmowania zbyt niskiej pozycji w firmie.

Trzecim obszarem są powiązania, czyli działania wspierające tworzenie relacji pomiędzy pracownikami utalentowanymi. Może to poprawić wydajność firmy, w której dla rozwiązania problemu potrzebna jest współpraca kilku osób. Relacje umożliwiają szybszy dostęp do wiedzy, czego konsekwencją jest poprawa wyników indywidualnych oraz wyników na poziomie całej firmy.

Skoncentrowanie się na tych trzech obszarach nie tylko ułatwia pozyskanie talentów i zapobiega ich odpływowi z firmy, ale także przyczynia się do po-

utalentowane osoby do podjęcia współpracy. Niewielkie firmy równie mocno potrzebują w swoich szeregach utalentowanych pracowników. Dlatego, aby przyciągać i zatrzymywać takie osoby, powinny wprowadzić system zarządzania talentami. W przeciwnym razie często dopiero po odejściu cennego pracownika firma zdaje sobie sprawę, jak wiele utraciła. Dzięki wprowadzeniu idei zarządzania talentami łatwiej jest po pierwsze rozpoznać talenty, a po drugie umożliwić ich efektywne działania dla rozwoju firmy – dodaje Wojciech Michałek.

Na talent składają się ponadprzeciętne zdolności, ale też kreatywność, świeżość myślenia, podejmowanie nowych i niekonwencjonalnych prob-

grupe, która chce działać. Warto więc przygotować plan dotyczący wykorzystania ich wiedzy i umiejętności z pozycją dla firmy.

Aby ograniczyć odejścia utalentowanych pracowników z firmy, należy skoncentrować się na obszarach, na których najbardziej im zależy, czyli na: rozwoju potencjału, odpowiednim rozmieszczeniu pracowników, powiązaniu między ludźmi realizującymi wspólny cel.

Obszar rozwoju potencjału obejmuje różne formy kształcenia: kursy formalne i szkolenia aktywizujące, które stawiają nacisk na doświadczenie i dają możliwości uczenia się podczas podejmowanych wyzwań. Osoby szczególnie uzdolnione w swoich działaniach

Jak zatrzymać talenty?

Opr.red.

Towarzystwo Spółdzielców

10 lutego br. odbyło się spotkanie członków Towarzystwa Spółdzielców, którego tematem był „Młodzieżowy Ruch Spółdzielczy”. Spotkanie rozpoczął prezes Towarzystwa Spółdzielców dr Krzysztof Lachowski wprowadzając obecnych w tematykę, jaką zaprezentowała następnie prelegentka Dominika Potkańska z Instytutu Spraw Publicznych. Wśród ludzi młodych rośnie zainteresowanie ruchem spółdzielczym, a uczelnie wyższe zaczynają nadraabiać zalety, organizując cykle prelekcji na temat kooperatywności. Społeczeństwu coraz bardziej „przejeżdża się” neoliberalizm i zasada „róbta co chceta”, czyli wolności bez żadnej odpowiedzialności.

Dominika Potkańska, pracuje w Fundacji Instytut Spraw Publicznych – Ośrodek Badawczo-Analityczny prowadzący wiele badań społecznych, min. nt. przedsiębiorczości społecznej, odradzającej się spółdzielczości. Całym sercem jest Spółdzielczy, od lat angażuje się w badanie Kooperatywności Spożywczej, a od pewnego czasu jest członkinią jednej z Warszawskich Kooperatyw Spożywczych.

W swojej prezentacji skupiła się na Kooperatywach Spożywczych, czyli na grupach w większości nieformalnych, zarządzanych demokratycznie, które wspólnie organizują zakupy zdrowej, sezonowej i lokalnej żywności bezpośrednio od producentów.

W Polsce działa już wiele Kooperatyw Spożywczych, ale jest to dopiero początek Ruchu. Kolebką współczesnego Ruchu jest Warszawa. W roku 2010 powstała pierwsza Kooperatywa Spożywcza w Polsce – Warszawska Kooperatywa Spożywcza. W tym momencie w Warszawie funkcjonują na pewno cztery Kooperatywy Spożywcze. Są to często działania nieformalne, bazujące na zaangażowaniu *ad hoc*, co oznacza działanie podejmowane doraźnie, dla zrealizowania określonego celu, tymczasowo. Zaprezentowane wnioski pochodzą przede wszystkim z badań prowadzonych w dwóch Warszawskich Kooperatywach Spożywczych i z

doświadczeń, które bazują na dwuletnim zaangażowaniu w działania Warszawskiej Kooperatywy Spożywczej Dobrze, która w sierpniu ubiegłego roku otworzyła sklep spożywczy w formule prawnej Stowarzyszenia.

Na początku działania Kooperatywy, kiedy należało do niej ok. 80 członków zakupy organizowało się co tydzień, funkcje w Kooperatywie były sprawowane rotacyjnie, czyli co dwa tygodnie inne osoby zajmowały się podstawowymi czynnościami, tj. robienie zakupów, ważenie, rozważanie, rozliczanie zakupów, sprzątanie. Członkowie Kooperatywy od początku kładli nacisk, żeby była ona zarządzana w pełni demokratycznie w oparciu o zasadę konsensusu. Pierwsza

Powrót do kooperatywy

Kooperatywa Spożywcza – Warszawska, nie tylko wyznaczyła sposób działania i zainspirowała do działania, ale także zdecydowała się na zorganizowanie w roku 2012 pierwszego Zjazdu Kooperatyw Spożywczych, który odbył się w Warszawie. Uczestniczyły w nim nie tylko osoby z Polski, ale także goście z Kooperatyw i Spółdzielni Spożywców z całej Europy.

W roku 2013 powstała Warszawska Kooperatywa Spożywcza Dobrze. Od samego początku działalności opracowywany był model sklepu kooperatywnego i plan jego założenia. W kwietniu 2014 roku założono Stowarzyszenie, zaś poszukiwanie finansowania zakończyło się sukcesem wg formuły finansowania społecznościowego, była to kampania crowdfundingowa na portalu „Polak potrafi”, gdzie zdecydowało się ją wesprzeć 200 darczyńców. Zebrana kwota wystarczyła Stowarzyszeniu na start. Po wielu staraniach udało się uzyskać lokal od miasta, by w sierpniu 2014 roku uruchomić przy ul. Wilczej 29A sklep, otwarty zarówno dla członków i członkiń, jak i dla osób nie należących do kooperatywy.

W swoim wystąpieniu prelegentka zaprezentowała wiele ciekawych slajdów, także z działalności Stowarzyszenia

Kooperatywa Spółdzielcza Dobrze. Odpowiadając na pytania podkreśliła, iż w kooperatywach ważne jest kształtowanie postaw, ducha i moralności.

Następnie głos zabrał przedstawiciel Instytutu Stosowanych Nauk Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego oraz nieformalnej inicjatywy „Laboratorium Kooperacji”. Ta inicjatywa podobnie jak Kooperatywa Spożywcza wyrosła na fali nowego kooperatywności (kooperatywności), tzn. nowego zainteresowania kwestią inicjatyw wspólnotowych i inicjatyw wzajemnościowych. Laboratorium jako inicjatywa nieformalna działa eterycznie, korzystając z różnych możliwości jakie daje zaangażowanie w instytucje bardziej sformalizowane, takie jak Uniwersytet

Warszawski, Instytut Spraw Publicznych, Uniwersytet Adama Mickiewicza i aktualnie organizowane są sympozja naukowe „Filozofia kooperatywności od idei do praktyki”. Sympozjum ma na celu badanie możliwości jakie wypływają z sięgania do tradycji spółdzielczej, a zarazem pojawiania się nowych form zarówno w sensie ekonomicznym, społecznym jak i politycznym.

Doktor Krzysztof Lachowski podziękował prelegentom za udział w spotkaniu Towarzystwa Spółdzielców, wręczając książkę pt. „Autonomiczne i prospołeczne systemy finansowe w warunkach kryzysu”.

Spotkanie zakończyło się wizytą w Muzeum Historii Spółdzielczości, po którym zwiedzających oprowadziła Danuta Twardowska z Krajowej Rady Spółdzielczej. Członkowie Towarzystwa Spółdzielców docenili rolę KRS w zachowaniu Dziedzictwa Narodowego Spółdzielczości, które przez lata miało różne koleje losów od Muzeum w Nałęczowie, do godnego miejsca jakie znalazło w Domu Spółdzielczym „Pod Orłami” przy ul. Jasnej 1 w Warszawie.

Tekst i foto:
DANUTA BOGUĆKA

Klub Działaczy Spółdzielczych

Dorobek Cepelii

Cepelia jej powstanie, rozwój, pojawiające się problemy w latach funkcjonowania na rynku oraz teraźniejszą działalność zaprezentował na jednym z cyklicznych spotkań Klubu Działaczy Spółdzielczych w Krajowej Radzie Spółdzielczej Jan Włostowski, prezes Zarządu Fundacji „Cepelia” Polska Sztuka i Rękodzieło i jednocześnie prezes Zarządu Spółdzielczego Związku Rewizyjnego „Cepelia”. Historia CEPELI sięga roku 1949 kiedy to na wniosek Ministra Kultury i Sztuki oraz dyrektora Biura Nadzoru Estetyki Produkcji i Komitetu Ekonomicznego Rady Ministrów powołano Centralę Przemysłu Ludowego i Artystycznego potocznie zwaną CEPELIĄ, która to nazwa jest akronimem utworzonym z pierwszych liter nazwy powstałej instytucji.

Dyrektorem Centrali została Zofia Szydłowska z zawodu historyk sztuki posiadająca nie tylko dużą wiedzę ale także zmysł organizacyjny. Na siedzibę wybrano budynek w centrum Warszawy przy ul. Chmielnej 8, gdzie do tej pory mieszczą się biura oraz sklep ze sztuką ludową i rękodziełem. Zadania nałożone na Centralę miały szeroki zasięg. Oprócz organizowania wytwórczości w ramach przemysłu ludowego i chałupnictwa, zaopatrywanie w środki do produkcji, surowce, prowadzenie własnych zakładów wytwórczych a także organizowanie sieci dystrybucji i zbytu. Na początku jej istnienia następuje błyskawiczny rozwój w powstawaniu zarówno spółdzielni (208) jak i zakładów własnych (105). Liczba zatrudnionych

28 tysięcy, w tym 11 tysięcy wykonujących pracę w domu. Funkcjonują również placówki detaliczne zlokalizowane przy głównych ulicach miast, hurtownie, punkty skupu. CEPELIA aspirowała do posiadania renomowanych placówek nie tylko w kraju, ale także poza jego granicami. Otwierane są sklepy w Europie, ale także w Stanach Zjednoczonych.

Należy również podkreślić rolę Cepelii w kreowaniu mody. Owczesne spółdzielnie „Moda i Styl”, „Sztuka i Moda”, wprowadzały ciekawe, cieszące się zainteresowaniem klientów wzory i fasony. Nastąpił również rozwój działań marketingowych min. poprzez stosowanie ulotek, folderów, katalogów, organizacji wystaw, pokazów, prezentacji sztuki ludowej szerokiej rzeszy odbiorców. W tym czasie rozpoczęto m.in. organizację tzw. „Cepeliad”.

Widoczny jest również rozwój przedsiębiorstwa jak i ogromny wpływ na estetykę wyglądu mieszkań a także wyposażenia budynków publicznych związane z szerokim zastosowaniem tkaniny, ceramiki, mebli, rzeźby i innych artykułów przemysłu ludowego. Towary oferowane klientom wyróżniają się nie tylko estetyką, ale także jakością. W takim rozkwicie CEPELIA była do połowy lat 80-tych. Działalność na wysokim poziomie weryfikuje reorganizacja. Następuje likwidacja Centralnego Związku Rękodziela Ludowego i Artystycznego „Cepelia”. Postępuje redukcja dotychczasowego stanu posiadania, będącym następstwem zmian w koncepcji zarządzania. Późniejsza transformacja gospodarcza doprowa-

dza do niepowetowanych strat. Spółdzielnie ulegają samolikwidacji lub pozostają przy powołanej w roku 1990 Fundacji „CEPELIA” Polska Sztuka i Rękodzieło. Spółdzielnie skupiają się również wokół istniejącej Izby Gospodarczej Rękodziela Ludowego i Artystycznego „CEPELIA”.

Wszystkie będące w obecnej strukturze Cepelii ognia mają na celu: ochronę i rozwijanie i propagowanie rękodziela ludowego i artystycznego oraz sztuki i przemysłu artystycznego, reprezentowania i wspierania inicjatyw gospodarczych tworzenie warunków do ochrony i rozwoju rękodziela ludowego, czy jak w przypadku istniejącego 20 lat Spółdzielczego Związku Rewizyjnego udzielanie spółdzielniom i organizacjom pomocy w ich statutowej działalności.

Prezes Jan Włostowski zwracając uwagę na istniejące w Cepelii struktury wspominał o chęci podjęcia współpracy z innymi organizacjami spółdzielczymi. Mimo wielu rozmów nie udało się jej na wiazać. Jedynym wyjątkiem jest „Społem”, Warszawska Spółdzielnia Spożywców Śródmieście kierowana przez prezes Annę Tylkowską. W czerwcu 2013 roku pod szyldem Fundacji został otwarty sklep z rękodziełem ludowym i artystycznym przy ul. Długiej. Ponadto od roku 2014 wspólnie z Fundacją spółdzielnia realizuje projekt „POZNAJEMY DAWNE OBYCZAJE” kierowany do przedшкоłaków i uczniów szkół podstawowych, mający na celu zapoznanie najmłodszych ze sztuką ludową różnych regionów.

JOLANTA JĘDRZEJEWSKA

Społeczna Odpowiedzialność Biznesu

Zdrowa przerwa

Społem „Warszawska Spółdzielnia Spożywców Śródmieście od lat angażuje się w realizację działań na rzecz lokalnego środowiska realizując własne akcje bądź wraz z partnerami handlowymi włącza się w inne akcje niekoniernie zainicjowane przez „Społem”. Czego potwierdzeniem jest ogólnopolski Program „Żyć smacznie i zdrowo” realizowany przez WINIARY. Celem Programu jest m.in. przekazywanie uczniom szkół gimnazjalnych zasad prawidłowego żywienia, zachęcanie do eksperymentowania w kuchni. Od

2011 roku do Programu przystąpiło tysięcy szkół, setki gimnazjalistów, nauczycieli oraz klas, biorąc udział w tematycznych konkursach. Tegoroczna V edycja Programu trwa do 26 czerwca.

Jednym z jej uczestników w roku bieżącym są gimnazjaliści klasy III b ze Specjalnego Ośrodka Szkolno-Wychowawczego nr 8 dla Dzieci Słabowidzących im. Zofii Gralewskiej z warszawskiego Powiśla, z którym „Społem” współpracuje od kilkunastu lat. Uczniowie zaangażowali się w ramach tej akcji w konkurs ph. „Wydarzenie Społeczne”, którym w/w placówce była „ZDROWA PRZERWA”. Przez dwa dni siedmiorgo uczniów przygotowywało zdrowe ciasteczka i batoniki, którymi następnie częstowano na przerwie wszyst-

kich uczniów i pedagogów. Składnikami użytymi do ich przygotowania były m.in. bakalie, miód, płatki owsiane, sezam, suszone owoce, pestki dyni i słonecznika, cynamon.

Przebieg przygotowań i wypieku jak również relacja z przebiegu degustacji zdrowych przekąsek zostały udokumentowane i przesłane przez Ośrodek do organizatora konkursu.

W realizacji zadania konkursowego pomogła WSS Śródmieście wraz z partnerami handlowymi: KART PAK właściciel Bakaliowej Krainy, PRYMUS - ARTUR NIEDZIELA Hurtownia Spożywcza Żywności Ekologicznej i Konwencjonalnej oraz Przedsiębiorstwo Zbożowo-Młynarskie „PZZ” w Stoilawiu.

Jot.

W obronie barów mlecznych

Przeciw bezduszości

O zagrożeniach i obronie barów mlecznych, m.in. poprzez interwencje KZRSS Społem pisaliśmy niedawno w numerze lutowym Społemowca. O gwałtownie pogarszającej się sytuacji tych barów mówi w marcowym numerze bratniej Tęczy Polskiej dyrektor Danuta Mioduszevska z KZRSS Społem. Jak zaznacza, do 2013 r. funkcjonowało w kraju 130 dotowanych barów i stołówek, z czego 55 należało do Społem. Ich był wskutek wielomilionowych żądań i kar urzędów skarbowych został poważnie zagrożony. Obecnie do obrony barów włączają się samorządowcy. Popularny nowy prezydent Słupska Robert Biedroń stanął przed znanym barem mlecznym Poranek w swym mieście, by zaprotestować przeciwko bezduszości, niemądrym praktykom urzędniczym wobec barów mlecznych. Artykuły w obronie barów mlecznych pojawiły się na portalach i w prasie.

W środę 25 marca br. Robert Biedroń stanął przed barem mlecznym Poranek w Słupsku, którego jest stałym klientem i zapewnił, że będzie bronić bytu lokalu zagrożonego przez decyzje urzędów skarbowych.

Otoczony przez miejscowych dziennikarzy prezydent pokazywał woreczek z pieprzem. - To przez dodawanie takich przypraw bar ma kłopoty - tłumaczył prezydent Słupska. - Wystąpię do ministra finansów w tej sprawie. Zwrócę się o pomoc do kolegów niezależnych prezydentów i burmistrzów, by się tym zajęli. Przez złe decyzje urzędów zagrożone są bary mleczne w całej Polsce. A Poranek to kultowe miejsce. Wraz z nim zagrożone jest 130 miejsc pracy w spółdzielni Społem.

Na konferencji przed barem obok prezydenta wystąpiła Eugenia Rebacz, prezes PSS Społem, która podkreślała 70-letnią tradycję firmy. Tłumaczyła skąd się wzięła ponad milionowa kara dla Społem, za dodawanie do potraw przypraw. - Jeśli będziemy musieli ją zapłacić (jest teraz wstrzymana), to byt firmy jest zagrożony.

Karę wlepiły urzędniczki, które wcześniej przez lata kontrolowały Poranek i nie dopatrzły się przekroczenia przepisów. Potem jednak uznały, że w barze łączono dotowane produkty z niedotowanymi, czyli np. boczek z jajecznicą i wymierzyły kary. Wraz z odsetkami to ponad milion złotych. Od 1 kwietnia i tak w tej sprawie zmieni się w Polsce prawo, więc urzędnicy sami doszli do wniosku, że było źle, ale to nie poprawia



sytuacji Społem, które walczy o wstrzymanie kar.

„Czekamy jak na bombę”, mówi szefowa baru mlecznego Poranek ze Słupska. Zgodnie z decyzją po kontroli inspektorów z Izby Skarbowej, m.in. za solenie i pieprzenie schabowego, firma musi zwrócić ministerstwu 1 mln 100 tys. zł dotacji.

Bar mleczny Poranek przy al. Wojska Polskiego w Słupsku to jedna z najpopularniejszych jadłodajni w mieście. Dziennie wydaje się tu 500 posiłków. Stołują się tu wszyscy – studenci, uczniowie, zamężniejsi miłośnicy domowej kuchni, ale i osoby ubogie.

Pierwszą decyzją Izby Skarbowej PSS Społem miał zwrócić 523 tys. zł dotacji. Udało się zwrócić 37 tys. złotych, jednak do zapłaty ciągle jest 486 tys. zł. Drugą decyzją urzędników do zwrotu jest kolejna zwrótowa suma, tj. 589 tys. złotych. W sumie to ponad 1 mln 100 tys. złotych. Do zwrotu są całe dotacje, mimo że większość potraw wykonywana była „zgodnie z normą”.

Dodajmy że problem zwracania po latach milionowych dotacji dla barów mlecznych /wraz z odsetkami!/, dotyczy znacznej części barów mlecznych, co grozi ich likwidacją, bo tego haraczu w postaci nałożonej kary nie wytrzymają ich właściciele, w tym spółdzielnie społemowskie. Grozi to likwidacją nie tylko PSS w Słupsku, ale np. Gastronomicznej Spółdzielni Spożywców w Poznaniu z 11 barami mlecznymi /dwa miliony kary!/, ale także tym PSS-om, które utrzymują bary. I chyba należy mieć nadzieję że samorządowcy i kandydaci, którzy liczą na poparcie wyborców w tegorocznych wyborach parlamentarnych, nareszcie skutecznie zmuszą bezdusznych urzędników do zaniechania zabójczych praktyk.

Te praktyki doprowadziły do tego, że z 19 spółdzielni, które prowadziły bary mleczne z tej formy dotowanej działalności zrezygnowało aż 14, przekształcając bary mleczne w droższe gastronomiczne, albo likwidując je. Jak mówiła dyr. Mioduszevska, skapitulowały m.in. spółdzielnie w Jaśle, Białymstoku, Stalowej Woli i Krakowie. Oczywiście stracił na tym masowo ludzie niemający, studenci, emeryci, dla których te bary stanowiły często jedyną oazę na mapie drogiej na ogół gastronomii.

Przecież konieczność zmiany niemądrych przepisów widzą już sami urzędnicy, skoro chcą je teraz zmienić... Sami doprowadzili do kuriozalnych sytuacji, a teraz powodują dobijanie tych tanich jadłodajni. Opr. DG

B&C
SŁODCZCE TO MY

OFERUJEMY
DO SPRZEDAŻY
BARDZO BOGATY
ASORTYMENT
SŁODCZY

PRODUCENTÓW KRAJOWYCH I ZAGRANICZNYCH

Zapewniamy kompleksową i profesjonalną obsługę naszych kontrahentów

Bropolast-Cukry Sp. z o.o. 05-092 Lomianki, ul. Warszawska 394
Dział handlowy; zamówienia@bropolast.com.pl tel. 22 751 24 74 www.bropolast.com.pl

CO PISZĄ INNI?

Jesteśmy świadkami powrotu klientów do małego formatu z kilku powodów. Po pierwsze po hekatombie lat 2008-2011 małe sklepy nauczyły się konkurować z dużymi sieciami. Zrozumiały, że nie wygrają ceną i zaczęły wyróżniać się jakością towarów, specjalnie dobranym asortymentem, spersonalizowaną ofertą i przyjemniejszą obsługą, a także lepszym wyglądem sklepu. Dlatego dzisiaj handel wchodzi na najwyższy etap rozwoju – specjalizację – mówi 25 marca portalowi dlahandlu.pl Piotr Haman, wiceprezes Curso, Grupa OEX.

Przez ostatnie lata nie tylko sklepy odrobiły swoją lekcję. Odrobili ją także konsumenci. Nie spodziewają się oni już, że w sklepach osiedlowych dostaną hipermarketowe ceny. Idą tam po delikatesy i specjalty, których nie dostaną w masowych sieciach i za które są w stanie zapłacić więcej, bo np. są one sprowadzane od lokalnego producenta, czy bezpośrednio od rolnika. Ten trend wbrew powszechnej opinii wzmocniły dyskonty, które pojawiły się na osiedlach. Umożliwiły zabieganiem klientom robienie zakupów blisko domu. Nie mają one jednak na tyle różnorodnej oferty, by zaspokoić wszystkie potrzeby każdego klienta. To powoduje, że po dodatkowej, uzupełniającej, świeże towary większość Polaków idzie do lokalnych, osiedlowych sklepów mięsnych, warzywnych, rybnych, czy piekarniczych.

Bogatszy sięga wyżej

Drugim mocnym trendem, który wpływa na odradzanie się małych sklepów jest fakt, że polskie społeczeństwo się bogaci. To powoduje, że ludzie chcą żyć zdrowiej i świadomie. Konsumenci zaczynają wybierać lepsze produkty, nie kierują się tylko ceną, ale także smakiem, opisem na etykiecie. Nie szukają tylko podstawowych produktów do zaspokojenia głodu, ale także do delectowania się smakiem. Eksperymentują w kuchni, więcej gotują i wiedzą, że podstawą dobrej kuchni są dobre, świeże produkty. Dlatego są w stanie zapłacić więcej za dobre sery sprowadzane z Mazur, ekologiczne jogurty, czy świeże ryby. To powoduje, że lokalne dobrze zaopatrzone sklepy mają coraz większy ruch, mogą zainwestować w lokal, który jest czystszy, przyjemniejszy i przyciągnąć kolejnych kupujących.

Zgodnie z różnymi badaniami tylko 30-40 proc. klientów to konsumenci świadomi, którzy kupując zwracają uwagę na skład produktu, jego gramaturę, szukają produktów o określonych parametrach jakościowych czy smakowych. Reszta kupuje ulegając impulsom chwili, przekazom marketingowym, wyglądom opakowania, ustawieniom na półce, reklamie i innym podstępom. Jednak trzeba pamiętać, że klient świadomy na swoje zakupy wydaje więcej, bo kupuje produkty z wyższej półki. Warto więc o niego zabiegać.

Oczywiście, że trend bogacenia się społeczeństwa i zainteresowania zdrowiem chcą wykorzystywać także sieci dyskontowe, oferując lepszą jakość marek własnych, czy ofertę produktów ekologicznych. Jednak ok. 1000 produktów na półce pozwala im tylko na zaspokojenie części potrzeb ich klientów. Resztę klienti muszą uzupełnić na bazarach i w małych sklepach z nabiałem, warzywami, owocami, mięsem, rybami czy pieczywem i tak się dzieje.

Blżej i szybciej

Fakt, że wszystko to jest blisko klienta, który nie ma czasu do stracenia, powodu-

je, że nie ma już tak wielu potrzeb, które mogą zaspokoić jak dawniej, jedynie wielkie hipermarkety. Ale trzeba zaznaczyć, że ten format także nie umarł. Ma swoją rolę do spełnienia. Robi się tam duże kompleksowe zakupy dla całej rodziny spożywcze, chemiczne, przemysłowe, odzieżowe – w weekendy i tak pewnie zostanie. Ten format jest podgryzany przez różne mniejsze powierzchnie, m.in. drogerie, które starają się zapewnić klientom bliskość i dobre ceny.

Jednak znamienne jest to, że drogerie rozwijają się zwłaszcza w miastach powiatowych, gdzie właśnie hipermarketu nie ma, a potrzeby zakupowe produktów chemiczno-kosmetycznych w niskich cenach są. Trzeba jednak pamiętać, że szerokością oferty z hipermarketem nikt nie wygra. Warto zaznaczyć, że póki co największym wrogiem hipermarketów w dzisiejszym świecie jest po prostu brak czasu.

Mniejsze wygodniejsze

Handel dostosowuje się także do zmian demograficznych. Coraz więcej gospodarstw to rodziny jednoosobowe, które potrzebują specyficznych produktów, pakowanych w mniejsze porcje, o mniejszych

Blisko domu

gramaturach. Stąd pojawiają się „dania na raz”, właśnie dla takich klientów. Ekspansja takich produktów, to nie tylko kwestia wygody gospodarstw domowych, które mają wszystko przygotowane do odgrzania czy podania w porcjach, by zaoszczędzić czas.

Na rozwój tzw. trendu convenience główny wpływ mają potrzeby małych rodzin, które nie chcą kupować produktów w wielkich paczkach, by połowę z tego wyrzucić. Na potrzebne wygody budowane są całe sieci tzw. sklepów convenience, których atutem jest obecność na każdym rogu, długie godziny otwarcia i wybór podstawowych produktów: alkohol, mleko, cukier, sól, których może zabraknąć w domu w każdej chwili. Są to jednak sklepy, które nie są konkurencją dla sklepów specjalistycznych, czyli dobrze zaopatrzonych w świeże, wyspecjalizowane produkty.

Lokalne dopasowanie

Ostatni trend na który chciałbym zwrócić uwagę to ogólna tendencja do zmniejszania się znaczenia wpływu globalnych koncernów. Na półkach sklepów w Polsce bardzo mocno rozpychają się młode, dynamiczne polskie firmy, które są innowacyjne i mają świeże pomysły. Koncerny, w których podejmowanie decyzji jest o wiele wolniejsze, nie są w stanie tak szybko reagować na zauważone na rynku zmiany, w związku z tym wolniej dopasowują się do potrzeb konsumentów.

Na to nakłada się oczekiwanie klienta, że oferta będzie bardziej spersonalizowana, bardziej zindywidualizowana i lepiej dopasowana do jego specyficznych potrzeb. Razem tworzy to ogromną przestrzeń dla małych lokalnych firm, które chcą zajmować kolejne nisze, proponując klientom wyjątkowy towar. Specjalizacja to jest właśnie najwyższy stopień rozwoju handlu, w który właśnie wkraczamy – wymaga niezwyklej fachowości, aby zapewniając obfitość wyboru i świeżość nie zabić marzy sklepu. Tu leży przyszłość małego formatu.

Sluchanie klienta

Wszystkie te trendy może jednak zauważyć i odpowiednio na nie zareagować

tylko fachowiec. W Polsce pokutuje błędne przekonanie, że właściciel sklepu ma ważniejsze rzeczy do zrobienia niż stać za ladą i sprzedawać. Tymczasem nie bardziej mylnego. Właśnie tu jest jego miejsce. Nikt nie obsłuży klientów lepiej niż on sam. Na pewno nie zrobi tego lepiej początkujący pracownik, zatrudniony w sklepie na umowę zlecenie, dla którego jest to jedynie praca dorywcza. Dodatkowo klient to nie tylko osoba, którą chcemy dobrze potraktować, jak już przyszła z wizytą do sklepu.

To także cenne źródło informacji na temat tego jak budować swój asortyment w przyszłości, czego klient od nas oczekuje, po jaki towar wróci. Aby właściwie zinterretować jego oczekiwania i przełożyć na konkretne dostawy towaru trzeba dużej znajomości rynku, oferty dostawców, ale także umiejętności słuchania. Wielkie firmy na badania konsumenckie wydają miliony. Właściciel/kierownik małego sklepu może to mieć za darmo, pod warunkiem, że będzie w sklepie i będzie umiał słuchać swoich klientów – notuje swego rozmówcę Edyta Kochlewska.

W internecie

Z kolei jak podkreśla 20 marca portal dlahandlu.pl – Co czwarty internauta kupuje w sieci produkty spożywcze. Według ostatnich badań art. spożywcze w sieci kupuje co czwarty internauta, a w tym roku w e-delikatesach wydamy ponad 300 mln złotych. Jak zauważyli autorzy raportu Kwit Analytics różnice w asortymencie sklepów online, szczególnie pod względem dostępności marek oraz ich pozycji w wyszukiwarce mogą być znaczące.

W ciągu ostatnich 7 dni (13.03-19.03) Kwit Analytics, za pomocą narzędzia in-Shop SEO, przeprowadził badanie w czterech najpopularniejszych edelikatesach w Warszawie: Frisco, Alma24, ePiotr i Paweł oraz Tesco eZakupy (Warszawa Stalowa Wola). Zbadano reakcję wyszukiwarek na słowo kluczowe „jogurt”. Analizowano pierwsze 50 wyników. Z raporty wynika, że najlepiej wypozycjonowane marki we wszystkich monitorowanych sklepach to: Danone (19%), Bakoma (12%) oraz na równej pozycji Milko i brandowe produkty Tesco (po 10%). Według Stowarzyszenia Producentów Marek Własnych (PLMA) w 2014 roku ilościowy udział marek własnych na rynku supermarketów wzrósł o 3 punkty procentowe i stanowi 1/3 ogólnego asortymentu (33%).

We Frisco na półce jogurtów pierwsze miejsce pod względem ilości zajmuje Danone (24%), drugie Bakoma (19%), z kolei trzecie Sobbeke (11%). Natomiast w wynikach wyszukiwania słowa kluczowego kolejność jest zupełnie inna. Pierwsza jest Bakoma (25%), następnie Danone (17%), a Sobbeke zajmuje dopiero 8 miejsce (5%). Piątka, przy stosunkowo małym udziale na półce (4%, 6 pozycja) w wynikach wyszukiwania zajmuje trzecią pozycję z wynikiem 10%.

Z kolei wpisując słowo „jogurt” w Alma24 praktycznie połowę analizowanych wyników wyszukiwania (46%) stanowiły produkty Danone, przy czym udział produktów tej marki w kategorii jogurty w tym sklepie wynosi ponad 1/3 całości kategorii (36%). Dla porównania w Piotrze i Pawle, czy też Tesco marka stanowiła zaledwie 8% wyszukiwań (Frisco – 17%), przy zbliżonym udziale ilościowym kategorii. Bakoma, choć jest druga pod względem ilości jogurtów na półce (15%), w wynikach wyszukiwania na analizowane słowo kluczowe zajmuje 6 miejsce ze słabym 4% wynikiem.

Opr. red.

HANDEL 2015

Jak podaje portal dlahandlu.pl 20 marca, w najnowszym badaniu Deutsche Bank sprawdził preferencje zakupowe Polaków. Okazuje się, że dużo bardziej cenimy sobie wysoką jakość produktów, niż ich niski koszt. Okazyjnie kupujemy na wyprzedających w internecie, sprawdzając również ceny w porównywarkach internetowych. Kobiety i mężczyźni szukają okazji inaczej - panie w sklepach, panowie w internecie. Co trzeci Polak deklaruje, że zawsze korzysta z karty debetowej na zakupach, najczęściej placąc nią za produkty spożywcze i ubrania. Kartą kredytową posługujemy się, kiedy brakuje nam pieniędzy na bieżące wydatki.

Sondaż przeprowadzony na zlecenie Deutsche Bank pokazuje, w jaki sposób Polacy definiują inteligentne zakupy i gdzie szukają okazji zakupowych. Prawie 42 proc. ankietowanych przyznało, że kupuje okazjnie na sklepowych wyprzedających. Jedna czwarta (24 proc.) kupując online sprawdza ceny w internetowych porównywarkach, a kolejne 20 proc. korzysta z aukcji online. Jednocześnie, aż

synonimem inteligentnych zakupów dla 14 proc. pytanych, dla 11 proc. to nabywanie produktów, które aktualnie są w promocji. Tylko niespełna 10 proc. Polaków utożsamia termin „inteligentne zakupy” z kupowaniem możliwie jak najtaniej.

Jak pokazuje badanie kobiety są bardziej skłonne, aby zapłacić więcej za produkt lepszej jakości (39 proc.), wobec 34 proc. mężczyzn. Jednocześnie są one w większym stopniu zainteresowane kupowaniem na promocjach (14 proc.), częściej szukają też jak najtańszych produktów (12 proc.). Mężczyźni z kolei chętniej szukają równowagi pomiędzy ceną a jakością (30 proc.). Polowanie na promocje to przede wszystkim domena ludzi młodych (23 proc.). Dla osób starszych przejawem inteligentnych zakupów jest nabywanie produktów możliwie najtańszymi (22 proc.).

Jak pokazuje badanie kartę debetową posiada dziś 31 proc. osób z wyższym wykształceniem i tylko 15 proc. osób z podstawowym. Ponad połowa wszystkich posiadaczy kart, to mieszkańcy miast. Na wsi z karty płatniczej korzysta tylko co czwarta osoba. Kartą debetową za zakupy spożywcze i ubrania płaci aż 40 proc. Polaków. Jedna trzecia (31 proc.) badanych wskazuje, że korzysta z karty zawsze kiedy istnieje taka możliwość.

Inteligentne zakupy

38 proc. badanych deklaruje, że nie szuka okazji, kupując wyłącznie to co jest im w danym momencie niezbędne i tylko wtedy, gdy mają taką możliwość.

Badanie ujawnia różnice w strategiach poszukiwania okazji zakupowych przez kobiety i mężczyzn. Kobiety chętniej korzystają z tradycyjnych wyprzedających w sklepach (46 proc. pań i 37 proc. panów). Mężczyźni natomiast są bardziej skłonni szukać okazji w sieci. Prawie jedna trzecia z nich deklaruje, że korzysta z porównywarek online (wobec 19 proc. kobiet), a co czwarty kupuje taniej korzystając z aukcji internetowych (24 proc. mężczyzn i 16 proc. kobiet).

W badaniu widoczne są również spore różnice pokoleniowe. Młodzi respondenci nie tylko chętniej korzystają z internetowych narzędzi, ale w ogóle o wiele przychylniej patrzą na wszelkiego rodzaju okazje cenowe. Z tzw. zakupów grupowych korzysta niemal 18 proc. ankietowanych w wieku 18-24 lata i tylko 2,3 proc. osób mających ponad 55 lat. Aż 54 proc. osób powyżej 65 roku życia deklaruje, że wcale nie korzysta z okazji zakupowych, natomiast w grupie 18-24 odsetek takich odpowiedzi wyniósł tylko 4 proc. Atrakcyjne cenowo produkty przez internet najczęściej kupują osoby lepiej zarabiające, posiadające wyższe wykształcenie.

Co drugi ankietowany (48 proc.) uważa, że „inteligentne zakupy” to takie, gdy kupujemy wyłącznie produkty w danym momencie niezbędne. Dla 36 proc. badanych termin ten oznacza nabywanie produktów lepszej jakości, nawet jeśli są one droższe. Ponad jedna czwarta (28 proc.) wskazuje na kupowanie produktów jak najwyższej jakości, w możliwie atrakcyjnej cenie.

Kupowanie wcześniej upatrzonej produktów w promocyjnych cenach jest

Wyniki badania Deutsche Bank wykazały, że ponad połowa kobiet (51 proc.) i tylko 29 proc. mężczyzn płaci kartą za zakupy spożywcze. Panowie częściej korzystają z karty na stacji benzynowej. Rachunek za paliwo reguluje w ten sposób co trzeci mężczyzna (28 proc.) i 13 proc. kobiet.

20-lecie Eurocash

- Konsekwencja działania, sluchanie potrzeb klientów i konsumentów oraz pielęgnowanie ducha przedsiębiorczości - te trzy wartości przysięgaliśmy nam w Eurocash od zawsze. Wsluchając się w głos konsumentów wiemy, że preferują mniejsze sklepy. Chcą robić zakupy blisko domu, wymagając jednocześnie wysokiego poziomu obsługi, odpowiedniego zaopatrzenia i przystępnych cen. Przez lata nie wszyscy w to wierzyli - my tak. Wiare i wiedzę przelożyliśmy w czyny. Od lat konsekwentnie wspieramy naszych klientów, inwestując w rozwój rynku tradycyjnego miliardy złotych, osiągając coraz większą skalę działania i dostarczając niezależnym sklepom narzędzia, dzięki którym mogą być konkurencyjni wobec sklepów wielkopowierzchniowych - mówi Luis Amaral, prezes Grupy Eurocash komentując rocznicę 20-lecia firmy.

Grupa Eurocash to największa firma zajmująca się hurtową dystrybucją produktów żywnościowych, chemii gospodarczej, alkoholu i wyrobów tytoniowych (FMCG). Poprzez szereg formatów dystrybucji, koncentruje się na hurtowej dystrybucji produktów FMCG do tradycyjnych sklepów i placówek detalicznych w całej Polsce. W ramach prowadzonych przez Grupę Eurocash formatów franczyzowych skupionych jest ponad 12 tysięcy niezależnych sklepów detalicznych.

Opr. red.

Klub Działaczy Spółdzielczych

Spółdzielczość to aktywność

Na marcowym spotkaniu Klubu Działaczy Spółdzielczych przy Krajowej Radzie Spółdzielczości kwiaty i życzenia od męskiej części zgromadzenia odbierały panie. Zebranie miało szczególnie uroczysty charakter z okazji Międzynarodowego Dnia Kobiet. Prezes Klubu Bogdan Augustyn kierując do zgromadzonych słowa powitania podkreślił rolę kobiet w historii spółdzielczości dodając, że to właśnie spółdzielnie rozwijają szanse równouprawnienia płci i aktywizacji kobiet.

Później głos przejęły panie. Wanda Szewczyk rozpoczęła wspomnienia od czasu swojej pierwszej pracy w branży odzieżowej. Mówiła o latach spędzonych w związku branżowym, ministerstwie, Krajowym Związku Spółdzielczości, spółdzielniach Cepelia oraz Moda i Styl. Przypominając tamte dni wskazywała, jak wiele wzorców i rozwiązań właśnie ze spółdzielczości odzieżowej przenoszonych było do przemysłu lekkiego.

Profesor Maria Konieczna Michalska nawiązała do swej rodzinnej tradycji

spółdzielczej mającej korzenie w latach 20-tych ubiegłego wieku, kiedy to jej ojciec tworzył spółdzielnie wojskowe. Na podstawie przykładów z początków własnej kariery zawodowej w spółdzielczości ukazała jej rolę w zwalczaniu alfabetyzmu w powojennej Polsce i rozwoju życia kulturalnego animowanego właśnie przez spółdzielnie.

Na zakończenie prezes Bogdan Augustyn życzył wszystkim klubowym koleżankom satysfakcji ze społecznej działalności zwracając uwagę, że w spółdzielczości nigdy nie idzie się na emeryturę gdyż albo pracuje się etatowo albo społecznie. I, patrząc tylko na obie zabierające głos mówczynie, na pewno miał rację bo Wanda Szewczyk dziś zajmuje się sprawami finansowymi Klubu i to tak sprawnie, że wśród kolegów zyskała sobie żartobliwy przydomek „ministra finansów”. Profesor Maria Konieczna Michalska będąc autorką licznych prac naukowych z dziedziny spółdzielczości (ich lista zawiera się na 17 stronach!), ciągle niestrudzenie prowadzi badania nad tym obszarem. **JŻ**

Spolem znaczy razem

2000000498874

Karta Klienta

www.spolem.org.pl

• Prawo na co dzień • Prawo na co dzień • Prawo na co dzień •

Ulgi i odliczenia w podatku dochodowym od osób fizycznych za 2014 r.

Podatnik ma prawo do następujących odliczeń w zeznaniu rocznym PIT w podatku dochodowym od osób fizycznych za rok 2014, a mianowicie:

1. Na spłatę odsetek od kredytu (pożyczki) mieszkaniowego – w zeznaniach za 2014 rok, podatnik, który w latach 2002-2006 zaciągnął kredyt (pożyczkę) na spłatę kredytu (pożyczki) mieszkaniowego oraz każdego kolejnego kredytu refinansowego (pożyczki) zaciągniętego na spłatę ww. zobowiązań, wydatki poniesione na spłatę odsetek od tych kredytów (pożyczek) może odliczyć od dochodu uzyskanego w roku 2014 z uwzględnieniem zasad:

- kredyt (pożyczka) mieszkaniowy został udzielony w latach 2002-2006,
- kredyt (pożyczka) mieszkaniowy był udzielony przez podmiot uprawniony na podstawie przepisów prawa bankowego albo przepisów o spółdzielczych kasach oszczędnościowo-kredytowych do udzielania kredytów (pożyczek), a z umowy kredytu (pożyczki) wynika, że dotyczy on jednej z inwestycji wymienionych w oświadczeniu PIT-2K,
- kredyt (pożyczka) udzielony na spłatę kredytu (pożyczki) mieszkaniowego lub każdego kolejnego kredytu zaciągniętego na spłatę tych kredytów zaciągnięty został w bankach lub kasach oszczędnościowo-kredytowych działających we wszystkich państwach Unii Europejskiej, Europejskiego Obszaru Gospodarczego, jak i w Konfederacji Szwajcarskiej,

– do upływu terminu spłaty określonego w umowie o kredyt mieszkaniowy zawartej przed dniem 1 stycznia 2007 r., nie dłużej jednak niż do dnia 31 grudnia 2027 r.

– inwestycja dotyczy budynków mieszkalnych lub lokali mieszkalnych znajdujących się na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej przeznaczonym pod budownictwo mieszkaniowe w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego, a w razie braku tego planu – określonym w decyzji o warunkach zabudowy i zagospodarowania terenu, wydanej na podstawie obowiązujących ustaw,

Utrzymano nadal wcześniejsze odliczenia dotyczące podatników, którzy dokonują odliczeń z tytułu faktycznie poniesionych wydatków na spłatę odsetek od kredytu (pożyczki) udzielonego bezpośrednio podatnikowi (a nie np. deweloperowi czy spółdzielni mieszkaniowej) na sfinansowanie inwestycji mającej na celu zaspokojenie własnych potrzeb mieszkaniowych, związanej z: budową budynku mieszkalnego, albo wniesieniem wkładu budowlanego lub mieszkaniowego do spółdzielni mieszkaniowej na nabycie prawa do nowo budowanego budynku mieszkalnego albo lokalu mieszkalnego w takim budynku, albo zakupem nowo wybudowanego budynku mieszkalnego lub lokalu mieszkalnego w takim budynku od gminy albo od osoby, która wybudowała ten budynek w wykonywaniu działalności gospodarczej, albo nadbudową lub rozbudową budynku na cele mieszkalne lub przebudową (przystosowaniem) budynku niemieszkalnego, jego części lub pomieszczenia niemieszkalnego na cele mieszkalne, w wyniku których powstanie samodzielne mieszkanie spełniające wymagania określone w przepisach prawa budowlanego.

Powyższe odliczenie stosuje się jeżeli kredyt lub pożyczka został udzielony po dniu 1 stycznia 2002 roku do 31 grudnia 2006r. a odsetki zostały naliczone i zapłacone od tego dnia od tej części kredytu, która nie przekracza kwoty stanowiącej iloczyn 70 m² powierzchni użytkowej i wskaźnika przeliczeniowego 1 m² powierzchni użytkowej budynku mieszkalnego, ustalonego dla celów obliczenia premii gwarancyjnej od wkładów na oszczędnościowych książeczkach mieszkaniowych za III kwartał roku poprzedzającego rok podatkowy, określonej na rok zakończenia inwestycji. Na 2014 r. kwota ta wynosi 325.990zł. Odliczenie stosuje się, jeżeli do zeznania podatkowego, składanego za rok, w którym po raz pierwszy dokonuje się odliczenia, podatnik dołączy oświadczenie według określonego wzoru (PIT-2K) o wysokości wszystkich poniesionych wydatków związanych z daną inwestycją.

Korzystanie z praw nabytych zostało zagwarantowane dla tych podatników, którzy w latach 2002-2006 zaciągnęli kredyt (pożyczkę) na określone w przepisach cele mieszkaniowe.

Natomiast prawa do odliczenia nie ma podatnik, który kredyt mieszkaniowy zaciągnął na warunkach określonych w ustawie z dnia 8 września 2006 r. o finansowym wsparciu rodzin w nabywaniu własnego mieszkania (Dz. U. Nr 183, poz. 1354 z późn.zm) – ust. 2 w ww. art. 9 ustawy z dnia 16 listopada 2006r. o zmianie

ustawy o podatku dochodowym od osób fizycznych oraz o zmianie niektórych innych ustaw.

2. Na kontynuację systematycznego gromadzenia oszczędności wyłącznie na jednym rachunku oszczędnościowo-kredytowym i w jednym banku prowadzącym kasę mieszkaniową, (limit ulgi – 11,340 zł, co odpowiada 30% wydatkom poniesionym w danym roku podatkowym.)

3. Z lat ubiegłych wydatki na cele mieszkaniowe – dokonane do końca 2005, jeżeli wydatki te nie znalazły pokrycia odpowiednio w dochodzie (przychodzie) lub podatku za te lata, mogą być odliczone aż do ich wyczerpania.

Podatnik korzystający z wyżej wymienionych odliczeń wypełnia formularz -PIT D, w odpowiednich blokach w zależności od tytułu odliczeń oraz czy odliczenie jest od dochodu, czy od podatku.

4. Odliczenie wydatków na darowizny.

Łączna kwota odliczeń z tytułów określonych w art. 26 ust. 1 pkt 9 ustawy nie może przekroczyć w roku podatkowym kwoty stanowiącej 6% dochodu. Od dochodu nie podlegają odliczeniu darowizny poniesione na rzecz osób fizycznych, a także osób prawnych oraz jednostek organizacyjnych niemających osobowości prawnej, prowadzących działalność gospodarczą polegającą na wytwarzaniu wyrobów przemysłu elektronicznego, paliwowego, tytoniowego, spirytusowego, winiarskiego, piwowarskiego, a także pozostałych wyrobów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 1,5%, oraz wyrobów z metali szlachetnych albo z udziałem tych metali, lub handlu tymi wyrobami.

Darowizny przekazane na cele kultu religijnego dla kościołów, związków religijnych i kościelnych osób prawnych wchodzi w 6% limit dochodu. Zalicza się tu również darowizny na cele zadań publicznych określone w art. 4 ustawy o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.

Dla honorowych krwiodawców jest możliwość pomniejszenia swojego dochodu do opodatkowania o wysokość nieodebranego ekwiwalentu, jaki należałby się im za oddaną krew zgodnie z przepisami o publicznej służbie krwi, jeśli krwiodawca nie otrzymał z tego tytułu ekwiwalentu pieniężnego.

Darowizny wynikające z innych ustaw – w limit 6% dochodu nie wchodzi darowizny przekazane na kościelną działalność charytatywno-opiekuńczą, jeżeli kościelna osoba prawna przedstawi darczyńcy pokwitowanie odbioru oraz – w okresie dwóch lat od dnia przekazania darowizny – sprawozdanie o przeznaczeniu jej na tę działalność. Działalność charytatywno-opiekuńcza kościoła obejmuje w szczególności: prowadzenie zakładów dla sierot, starców, osób upośledzonych fizycznie lub umysłowo oraz innych kategorii osób potrzebujących opieki prowadzenie szpitali i innych zakładów leczniczych oraz aptek, organizowanie pomocy w zakresie ochrony macierzyństwa, organizowanie pomocy sierotom, osobom dotkniętym klęskami żywiołowymi i epidemiami, ofiarom wojennym, znajdującym się w trudnym położeniu materialnym lub zdrowotnym rodzinom i osobom, w tym pozbawionym wolności, prowadzenie żłobków, ochronek, burs i schronisk, udzielanie pomocy w zapewnianiu wypoczynku dzieciom i młodzieży znajdującym się w potrzebie, krzewienie idei pomocy bliźnim i postaw społecznych temu sprzyjających, przekazywanie za granicę pomocy ofiarom klęsk żywiołowych i osobom znajdującym się w szczególnej potrzebie.

Jeżeli przedmiotem darowizny, przekazanej na powyższe cele są pieniądze, wysokość wydatków z tego tytułu ustala się na podstawie dowodu wpłaty na rachunek bankowy obdarowanego, a w przypadku darowizny innej niż pieniądze – dokumentem, określającym wartość tej darowizny, oraz oświadczenie obdarowanego o przyjęciu tej darowizny. W przypadku dawców krwi wysokość darowizny ustala się na podstawie zaświadczenia jednostki organizacyjnej realizującej zadania w zakresie pobierania krwi.

Kwotę odliczenia wpisujemy w załącznik PIT – O w części B oraz w części D podając się szczegółowe informacje o obdarowanym i wysokości kwoty przekazanej darowizny.

5. Odliczenia na cele rehabilitacyjne W ramach tej ulgi można odliczyć wydatki ponoszone przez podatnika będącego osobą niepełnosprawną lub przez podatnika, na którego utrzymaniu jest osoba niepełnosprawna i dochód tej osoby nie przekroczył w roku 2014 r. kwoty 9,120zł.

Rachunki muszą być wystawione na osobę, która będzie odliczała ten wydatek. Osoba, której dotyczy wydatek musi po-

siadać: orzeczenie o zakwalifikowaniu do jednego z trzech stopni niepełnosprawności, albo decyzję przyznającą rentę z tytułu całkowitej lub częściowej niezdolności do pracy, rentę szkoleniową, albo socjalną, jeżeli osoba nie ukończyła 16 roku życia, to orzeczenie o rodzaju i stopniu niepełnosprawności.

Jeżeli jest mowa o osobach zaliczonych do I grupy inwalidztwa, należy przez to rozumieć odpowiednio osoby, w stosunku do których, na podstawie odrębnych przepisów, orzeczono: całkowitą niezdolność do pracy oraz niezdolność do samodzielnej egzystencji albo znaczny stopień niepełnosprawności.

Natomiast jeżeli jest mowa o osobach zaliczonych do II grupy inwalidztwa, należy przez to rozumieć odpowiednio osoby, w stosunku do których, na podstawie odrębnych przepisów, orzeczono: całkowitą niezdolność do pracy albo umiarkowany stopień niepełnosprawności.

Wydatki, które mogą być poniesione i podlegają odliczeniom to:

- adaptacja i wyposażenie mieszkań i budynków mieszkalnych stosownie do potrzeb wynikających z niepełnosprawności, np. budowa podjazdów, poszerzanie wejść, położenie terakoty antypoślizgowej, założenie brodzika ze specjalnym siedziskiem, montaż uchwyty, drzwi przesuwanych,
- przystosowanie pojazdu mechanicznego do potrzeb wynikających z niepełnosprawności,
- zakup i naprawa sprzętu, urządzeń i narzędzi niezbędnych w rehabilitacji, / np. wózki, protezy, kule, obuwie ortopedyczne, aparaty słuchowe, okulary, laski, materace i poduszki przeciwdrobnoustrojowe, aparaty telefoniczne dla niewidomych/ oraz ułatwiających wykonywanie czynności życiowych, stosownie do potrzeb wynikających z niepełnosprawności, z wyjątkiem sprzętu gospodarstwa domowego,
- zakup wydatków i materiałów szkoleniowych stosownie do potrzeb wynikających z niepełnosprawności,
- odpłatność za pobyt na turnusie rehabilitacyjno – usprawniającym, w sanatorium oraz odpłatność za dojazdy na turnus środkami komunikacji publicznej,
- odpłatność za zabiegi rehabilitacyjno-usprawniające,
- opłacenie przewodników osób niewidomych I i II grupy inwalidztwa oraz osób z niepełnosprawnością narządu ruchu zaliczonych do I grupy – w kwocie nie przekraczającej w 2014r. -2 280 zł,
- koszty utrzymania przez osoby niewidome psa przewodnika – do 2 280zł,
- opieka pielęgnarska w domu nad osobą niepełnosprawną w okresie przewlekłej choroby, uniemożliwiającej poruszanie się oraz usługi opiekuńcze świadczone osobom zaliczonych do I grupy inwalidztwa,
- leki – w wysokości stanowiącej różnicę pomiędzy faktycznie poniesionymi wydatkami w danym miesiącu a kwotą 100 zł miesięcznie, jeżeli lekarz specjalista stwierdzi, że osoba niepełnosprawna powinna stosować określone leki stale lub okresowo,
- odpłatny i konieczny przewóz na niezbędne zabiegi leczniczo-rehabilitacyjne,
- koszty używania samochodu osobowego, stanowiącego własność osoby niepełnosprawnej zaliczonej do I lub II grupy lub podatnika mającego na utrzymaniu osobę niepełnosprawną w celach przewozu na zabiegi leczniczo-rehabilitacyjne – 2 280zł,

Aby odliczyć te wydatki należy posiadać rachunki i inne dowody ich poniesienia.

W przypadku prac adaptacyjno-remontowych konieczne jest posiadanie faktury VAT – na te prace nie ma limitu. W przypadku używania samochodu, posiadania przewodnika i psa to wymagane jest tylko oświadczenie podatnika oraz dowody niezbędne do ustalenia prawa do odliczenia (np. certyfikat potwierdzający status psa asystującego, zlecenie i potwierdzenie odbycia niezbędnych zabiegów leczniczo-rehabilitacyjnych). Kwotę odliczeń związanych z wydatkami na cele rehabilitacyjne wpisujemy w załącznik PIT – O w części B

6. Ulga internetowa – odliczeniu z tytułu użytkowania sieci Internet przysługują podatnikowi wyłącznie w dwóch latach podatkowych kolejno po sobie następujących, jeżeli podatnik nie korzystał dotychczas z odliczeń z tego tytułu. Odliczeniu podlegają wydatki poniesione przez podatnika z tytułu użytkowania sieci Internet niezależnie od miejsca w którym się z niego korzysta, jak i formy jego dostępu, np. w domu (łącznie stałe, bezprzewodowe, w tym za pomocą urządzeń mobilnych) jak i w kawiarence internetowej. Ulga jest

limitowana. Maksymalne odliczenie podatnika w skali całego roku nie może przekroczyć 760 zł. Przepisy dotyczące ulgi internetowej pozwalają domownikom na zwiększenie limitu odliczeń. Gdy wydatki z tytułu użytkowania internetu ponoszą np. małżonkowie, to jeżeli nazwiska obojga z nich będą umieszczone na fakturze za internet, to każdy z nich może skorzystać z odliczenia w ramach osobnego limitu 760 zł. Podatnik, który z ulgi internetowej po raz pierwszy skorzystał w zeznaniu podatkowym za 2013 r., może skorzystać z tego odliczenia wyłącznie za rok 2014. Odliczenie stosuje się, jeżeli wydatek został na podstawie dokumentu stwierdzonego i dokumentowany np. fakturą i wpisuje się do w części B PIT O.

7. Wydatki na nabycie nowych technologii – za nową technologię, uważa się wiedzę technologiczną w postaci wartości niematerialnych i prawnych, w szczególności wyniki badań i prac rozwojowych, która umożliwia wytwarzanie nowych lub udoskonalonych wyrobów i usług i która nie jest stosowana na świecie przez okres dłuższy niż ostatnich 5 lat. Przez nabycie nowej technologii rozumie się nabycie praw do wiedzy technologicznej, w drodze umowy o ich przeniesienie oraz korzystanie z tych praw. Prawo do odliczeń przysługują podatnikowi uzyskującemu przychody z pozarolniczej działalności gospodarczej do wysokości kwoty dochodu

8. Wpłaty na indywidualne konto zabezpieczenia emerytalnego /IKZE/ – w pozycji tej należy wykazać kwotę wpłat na indywidualne konto zabezpieczenia emerytalnego (IKZE) dokonanych przez podatnika w roku podatkowym, do wysokości określonej w przepisach o indywidualnych kontaktach zabezpieczenia emerytalnego. Wysokość wpłat na IKZE określona jest w art. 13a ust. 1-4 ustawy z dnia 20 kwietnia 2004 r. o indywidualnych kontaktach emerytalnych oraz indywidualnych kontaktach zabezpieczenia emerytalnego (Dz. U. z 2014 r. poz. 1147). Stosownie do tych przepisów wpłaty dokonywane na IKZE nie mogą przekroczyć kwoty odpowiadającej 1,2-krotności przeciętnego prognozowanego wynagrodzenia miesięcznego w gospodarce narodowej na dany rok określonego w ustawie budżetowej lub ustawie o przewizorium budżetowym. W 2014r. nie więcej niż 4 495,20 zł.

9. Ulga z tytułu wychowywania dzieci

Prawo do ulgi przysługuje podatnikowi podatku dochodowego od osób fizycznych, uzyskującemu dochody opodatkowane na ogólnych zasadach przy zastosowaniu skali podatkowej.

Za każdy miesiąc kalendarzowy, w którym podatnik w stosunku do małoletniego dziecka:

- 1) wykonywał władzę rodzicielską,
- 2) pełnił funkcję opiekuna prawnego, jeżeli dziecko z nim zamieszkiwało,
- 3) sprawował opiekę poprzez pełnienie funkcji rodziny zastępczej na podstawie orzeczenia sądu lub umowy zawartej ze starostą podlega odliczeniu od podatku kwota w wysokości:
 - 92,67 zł na pierwsze i drugie dziecko (za cały rok 1 112,04 zł na dziecko),
 - 166,67 zł na trzecie dziecko (za cały rok 2 000,04 zł),
 - 225,00 zł na czwarte i każde kolejne dziecko (za cały rok 2 700,00 zł na dziecko).

Odliczenie nie przysługuje, jeżeli podatnik wykonywał władzę rodzicielską, pełnił funkcję opiekuna prawnego lub sprawował opiekę poprzez pełnienie funkcji rodziny zastępczej wyłącznie w stosunku do jednego małoletniego dziecka i jednocześnie dochody podatnika:

- a) pozostającego przez cały rok podatkowy w związku małżeńskim i jego małżonka, przekroczyły w roku podatkowym kwotę 112 000 zł,
- b) niepozostającego w związku małżeńskim (w tym również przez część roku podatkowego), przekroczyły w roku podatkowym kwotę 56 000 zł, za wyjątkiem podatnika samotnie wychowującego małoletnie dziecko wymienione w art. 6

ust. 4 ustawy, do którego ma zastosowanie kwota dochodu w wysokości 112 000 zł.

Za dochody, o których mowa powyżej, uważa się dochody uzyskane łącznie w danym roku podatkowym, do których mają zastosowanie zasady opodatkowania określone w art. 27, art. 30b i art. 30c ustawy, pomniejszone o kwotę składkę na ubezpieczenia społeczne, zapłaconych przez podatnika lub potrąconych w roku podatkowym przez płatnika ze środków podatnika.

Odliczenie dotyczy łącznie obojga rodziców, opiekunów prawnych dziecka albo rodziców zastępczych pozostających w związku małżeńskim. Kwotę tę mogą odliczyć od podatku w częściach równych lub w dowolnej proporcji przez nich ustalonej.

Jeżeli w tym samym miesiącu w stosunku do dziecka wykonywana była władza rodzicielska, pełniona funkcja opiekuna prawnego lub rodziny zastępczej, to za ten miesiąc każdy z podatników może odliczyć 1/30 przysługującej kwoty odliczenia za każdy dzień sprawowania pieczy nad dzieckiem.

Na powyższych zasadach z odliczenia może również skorzystać podatnik, który – w związku z wykonywaniem cięższego na nim obowiązku alimentacyjnego oraz w związku ze sprawowaniem funkcji rodziny zastępczej – utrzymywał w roku podatkowym pełnoletnie dziecko, o którym mowa w art. 6 ust. 4 pkt 2 i 3 ustawy, tj.:

– które zgodnie z odrębnymi przepisami otrzymywało zasiłek (dodatek) pielęgnacyjny lub rentę socjalną,

– do ukończenia 25 roku życia uczące się w szkole, o której mowa w przepisach o systemie oświaty, przepisach o szkolnictwie wyższym lub w przepisach regulujących system oświatowy lub szkolnictwo wyższe obowiązujących w innym niż Rzeczpospolita Polska państwie, jeżeli w roku podatkowym nie uzyskało dochodów podlegających opodatkowaniu na zasadach określonych w art. 27 lub art. 30b w łącznej wysokości przekraczającej kwotę 3 089zł, z wyjątkiem renty rodzinnej.

Z odliczenia nie mogą korzystać podatnicy, których dzieci prowadzą działalność gospodarczą opodatkowaną przy zastosowaniu 19% stawki podatkowej lub na zasadach tzw. ryczałtu od przychodów ewidencjonowanych lub karty podatkowej, lub też podlegają przepisom ustawy o podatku towarowym.

W części C formularza PIT/O podatnik rozliczający się indywidualnie w poz. 41 (a w przypadku łącznego opodatkowania dochodów małżonków – ewentualnie także małżonkę w poz. 42) wpisuje kwotę ulgi na dzieci odliczaną w zeznaniu podatkowym.

Ponadto, w części E formularza PIT/O podatnik podaje numer PESEL dziecka, a w przypadku braku tego numeru – imię, nazwisko oraz datę urodzenia dziecka. Jednocześnie zaznacza za jaki czas przysługuje mu odliczenie oraz wpisuje kwotę przysługującego odliczenia z tytułu ulgi na dzieci.

Jeżeli suma kwot z poz. 7 części E załącznika PIT/O jest większa od kwoty z poz. 41 tego załącznika, podatnik wypełnia część uzupełniającą do zeznania podatkowego PIT-36 albo PIT-37 za 2014 r na druku PIT/UZ.

10. Na wniosek podatnika nacelnik Urzędu Skarbowego – przekazuje na rzecz organizacji pożytku publicznego kwotę w wysokości nieprzekraczającej 1% podatku należnego wynikającego z zeznania podatkowego, po jej zaakragleniu do pełnych dziesiątek groszy w dół, po potrąceniu kosztów przelewu bankowego.

W zeznaniu podatkowym należy wskazać tylko jedną organizację, podając nazwę organizacji pożytku publicznego i numer wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego oraz można wyrazić zgodę na podanie organizacji pożytku publicznego danych darczyńcy w formie pisemnej w tym samym terminie przekazania kwoty 1% podatku. Wykaz organizacji pożytku publicznego dostępny jest na stronie internetowej Biuletynu Informacji Publicznej: www.mpips.gov.pl/bip

Opracowała: Monika Bobke

11. Skala podatkowa na 2014r.:

Podstawa obliczenia podatku w złotych		Podatek
ponad	do	
	85.528	18% minus kwota zmniejszająca podatek 556 zł 02 gr
85 528		14.839 zł 02 gr + 32% nadwyżki ponad 85.528 zł

SMAKI WARSZAWY

Po otwarciu nowej linii metra na Świętokrzyskiej widać duże ożywienie, ale w południe nie ma tu tłoku. W **BOOKHOUSECAFE** nastrój klubowy, wysoki sufit bo to budownictwo z lat 50. i pozostał stylowy żyrandol. Ciepłe kolory zielono-brązowe i wygodne meble, pufy, kanapy, dobre i dla laptopowców, dla par, dla singli. Jest kącik dla dzieci. W menu niezłe kawy np. latte chafrowa za 13-16 zł oraz znakomity sok warzywno-owocowy za 13, sprzedawany jako Green Detox, bo ze szpinakiem i imbirami. Zamówione obsługa donosi do stolika, co jest plusem. Spokojnie można tu czytać książki, prasę, pisać, rozmawiać.

Moja opinia będzie nieco zbiorowa, gdyż byłem tu w towarzystwie dwa razy. Raz z grupą znajomych na kolacji, a drugi raz z przyjacielem na lunchu. Co nam się podobało w **DELIKATESACH ESEN-CJA** na Marszałkowskiej, a co nie? Po pierwsze niejednolity był dość szampański wystrój (srebrne rury). Ładne lampki z białymi abażurami na stolikach, ale zbyt gęsto ustawionych w środku. Muzyczne tło prawie niesłyszalne wobec szumu wentylacji. Pozycje w menu interesujące, choć potrawy w smaku nierówne. Np. w lunchu za 22 zł średni krem pomidorowy słabo doprawiony, za to niezły losos pieczony z brukselką, jednak porcje mizerne, raczej degustacyjne w stosunku do wyższych cen, podobnie jak przy kolacji. Zamiast ciasta marchewkowego do lunchu dostaliśmy jakiś pudding, ale był mierny.

Piwo raciborskie i lemoniada po 12 zł to chyba przesada, nawet w stosunku do drogiego Nowego Świata. Menu marcowe

elegancko wydrukowane na białym grubym kartonie, ale zgrzytem do tego była pognieciona z cienkiej brązowej tekturki okładka do rachunku, na której dopisano ręcznie (!) nierównym pismem... przypomnienie o napiwku... Natomiast podobała nam się obsługa, miła i uprzejma, w tym sympatycznej drobnej blondynki. Jednak znowu zgrzytem było spryskiwanie blatów stołów podczas obiadu przy klientach! Jak w podrzędnej stołówce...

Czasem wpadam tu do **STARBUCKSA** na Nowym Świecie z kolegami, albo sam, bo stąd najbliżej do mojej szefowej i przydaje nam się zwykłe relaks, albo coś trzeba uczcić. Najbardziej relaksu-

ją wygodniejsze, są również zestawy promocyjne. Tak, to pierwszy lokal tej sieci w stolicy, ale konkurencja ucieka... Potencjał jest duży, lokalizacja znakomita, ale trzeba popracować by dogonić pędzących rywali, a nie stać w miejscu.

Dla mnie, moich przyjaciół i krewnych, najlepsze i najtańsze lunchy w Warszawie są w **CORSO** na Elektoralnej 23, niedaleko Hali Mirowskiej. Od godz. 12tej oferują tu zestawy dwudaniowe za jedyne 15 zł! Dominuje klasyczna kuchnia polska, a porcje obfite, gorące i smaczne, tak jakby podawane przez nasze mamy i babcie. Świetne są sosy, doprawione według tradycyjnych gustów, mięsa aromatyczne,

Wiosenne ożywienie

Wiosna to widok na innych spieszących na ruchliwej ulicy. A my tu sobie szacmy kawkę do croissanta. Jeśli usiąść koło bufetu, to miłe dziewczyny podają bezpośrednio przez ladę. Niestety tutaj szum lodówek jest najgłośniejszy, nieznośny i dopiero w dalszej sali maleje. Muzyki niestety brakuje i wygrywiają konkurencyjne sieci. Także cenowo, bo za średnie cappuccino i jednego ciepłego croissanta z szynką dają tu 20,45 zł, podczas gdy ta cena dwukrotnie przewyższa cenę całego promocyjnego śniadania na Krakowskim Przedmieściu, albo i tu na Nowiku... Aha, plusem było podanie metalowych sztućców do podgrzanego croissanta.

Wystrój ciepły, zachęcający (tylko wizualnie), promocja kawy z Peru, ale dla mnie nie ma tego klubowego klimatu, jak w dwóch czołowych sieciach kawowych, gdzie i entuzjastyczny personel bardziej zachęca do konsumpcji, i kawy są staranniej parzone, i jest tło muzyczne, i meble

mięciutki, dopracowane. Odpowiednie dodatki, jak kasza gryczana, opiekane lub puree ziemniaki, buraczki, kapusta zasmażana, treściwe zupy. Ot, np. zestaw poniedziałkowy – szczawiowa z jajkiem oraz pieczeń wieprzowa w sosie z ziemniakami lub kaszą i buraczkami. A w środę można było napełnić nasze puste żołądki gęstą gulaszową z kawałkami wołowiny i kielbaski węgierskiej (inaczej pikantna niż chorizo), a na drugie – soczysty sznycel wieprzowy z ziemniakami puree i kapustą zasmażaną ze świeżymi pomidorami.

Zapewniam, że porcje nie tak oszczędne jak w innych lunchowniach, a smaki swojskie i za bardzo umiarkowaną cenę. Lokal przyjemny w ciepłych kolorach, wygodne meble, młoda obsługa szybka i sprawna. Co ważne zestawy lunchowe w tej samej cenie podają także w weekendy. Warto przyjechać nawet zza Wisły.

SMAKOSZ

HOROSKOP



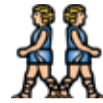
Baran 21.III –20.IV

Możesz liczyć na pomoc przyjaciół, ale tylko w linii męskiej. Stałe związki należy pielęgnować. Życie towarzyskie będzie obfitowało w liczne spotkania.



Byk 21.IV–21.V

Przystąp do realizacji zaplanowanych zadań. Z łatwością pokonasz wszelkie zewnętrzne przeszkody. Aura sprzyja wyjazdom poza miasto lub długim spacerom.



Bliźnięta 22.V–21.VI

Czeka cię sporo relaksu i przyjemności. Korzystaj z każdej nadarzającej się okazji. Mogą wystąpić problemy natury ortopedycznej. Warto zadbać wcześniej o rehabilitację.



Rak 22.VI–22.VII

W realizacji planów pozwól sobie na odrobinę szaleństwa. Pokaż innym, że potrafisz wiele i że jesteś osobą nie do zastąpienia.



Lew 23.VII–22.VIII

Z łatwością przekonasz innych do własnego zdania. Najbliżsi będą się liczyć z twoją opinią. W realizacji zamierzeń będziesz potrzebować pomocnej dłoni.



Panna 23.VIII–22.IX

Z ważnego zadania masz szansę wywiązać się przed czasem. Oprócz świąt szykują się miłe imprezy rodzinne. Czas planować letnie wojaże.



Waga 23.IX–23.X

Okres podejmowania wielu bardzo ważnych decyzji. Spotykaj się ze znajomymi i czerp z tych spotkań energii. Warto pomyśleć o kulturalnych rozrywkach.



Skorpion 24.X –22.XI

W sprawach sercowych prawdziwa wiosna. Wyjdiesz na prostą w realizacji założonych przedsięwzięć. Wydanie opinii poprzedź zastanowieniem się na jej treści.



Strzelec 23.XI–23.XII

Nie zabraknie ci sił i odwagi w realizacji najtrudniejszych planów. Pomocne będą nowe znajomości, ale dobre wskazówki najbliższych też weź pod uwagę.



Koziorożec 24.XII–20.I

Po świątach przedyskutuj z najbliższymi sposoby realizacji najpilniejszych spraw do załatwienia. Planowanie ułatwi ich rozwiązanie w odpowiednim czasie.



Wodnik 21.I–20.II

Będzie trochę zamieszania. W realizacji założonych planów. Musisz koniecznie zadbać o zdrowie, bowiem jest tylko jedno, a jego utrata może być trudnym procesem do odwrócenia.



Ryby 21.II –20.III

Trzymaj się rozwiązań, które znasz, ale nie zamykaj się na nowości. Nie angażuj się także w sytuacje beznadziejne. Czas pomyśleć o odpoczynku.

Prystylka *Pristella maxillarius*

Występuje w rzekach i ciekach wodnych Gujany i Wenezueli. Można ją też spotkać w dorzeczu Amazonki. W warunkach naturalnych dorasta do 4cm w warunkach hodowlanych. Może być nieco mniejszy ze względu na rozmiar zbiornika. Jest gatunkiem ławicowym, spokojnym i zgodnym, przebywającym większość czasu w toni wodnej. Ubarwienie rybek jest dość bogate i może przyciągać wzrok, zwłaszcza gdy hodujemy kilkanaście osobników. Ciało jest srebrzyste z czarnymi plamami na głowie i na płetwach. Płetwa ogonowa ma zabarwienie czerwone. Jak w przypadku większości kęsozowatych rozróżnienie płci jest trudne, jedynie samce mają nieco żywsze ubarwienie i są nieco smuklejsze.

W zbiorniku hodowlanym parametry wody powinny być utrzymywane w następujących granicach: pH-7-8, woda po-



AKWARIUM

winna być miękka o temperaturze 26-28 st.C. Tarło najlepiej prowadzić w oddzielnym zbiorniku z wstawionym specjalnym rusztem i gęstą obsadą roślin. Nie może zabraknąć mchów ułożonych na dnie zbiornika. Jedna samica może złożyć nawet do 500 ziaren ikry i może trzeć się z dwoma samcami naraz.

Po zakończonym tarle dorosłe ryby odławiamy. Już po 24 godzinach rozwijają się młode rybki. Po 3-4 dniach od narodzin możemy dokarmiać je larwami solowca. Później przyjmują również drobny suchy pokarm. Hodowla ryb nie jest kłopotliwa jeśli pamiętamy o utrzymaniu wody w czystości oraz pamiętając o jej odpowiednim natlenieniu.

M.W.

SPOTKANIA Z MEDYCYNĄ

Czy nowy antybiotyk będzie skuteczny w walce z antybiotykkoopornymi szczepami bakterii?

Odkrycie a następnie wprowadzenie do lecznictwa antybiotyków dało medycynie nadzieję na zwalczanie wielu chorób o etiologii bakteryjnej. Początkowo antybiotyki były produkowane ze składników naturalnych, obecnie większość produkowana jest syntetycznie. Aktualnie stosowanych jest w medycynie około 200 antybiotyków. Jednakże nadmierne i niewłaściwe ich stosowanie doprowadziło do rozwinięcia się zjawiska antybiotykkooporności.

Bakterie posiadają dwa główne mechanizmy nabywania antybiotykkooporności: przez mutację (bakterie z mutacją przeżyją leczenie danym antybiotykiem w przeciwieństwie do niezmutowanych, które są przez te pierwsze zastępowane) i horyzontalny transfer genów (przekazywanie pomiędzy bakteriami tego samego gatunku materiału

genetycznego zawierającego geny oporności na antybiotyki). Uzyskana przez nie antybiotykkooporność to jeden z najważniejszych problemów współczesnej medycyny z którym coraz częściej spotykają się placówki lecznicze. Problem ten narasta z każdym rokiem zwłaszcza w jednostkach szpitalnych. Prowadzi to do sytuacji w których leczenie antybiotykami jest coraz mniej skuteczne a konsekwencje coraz bardziej tragiczne.

W wielu krajach Europy wskaźniki oporności wzrosły ponad dwukrotnie w ciągu pięciu lat. Szacuje się, że corocznie około 25 tysięcy mieszkańców Europy umiera z powodu infekcji wywołanych przez antybiotykkooporne bakterie. Zjawisko antybiotykkooporności wymusiło konieczność poszukiwania i syntezy kolejnych generacji antybiotyków. W wydanym ostatnio kolejnym numerze czasopisma naukowego „Nature” pojawiły się informacje dotyczące

Teiksobaktyna

nowego antybiotyku z grupy inhibitorów syntezy peptydoglikanów, który może być skuteczny w walce ze szczepami bakterii chorobotwórczych opornych na większość preparatów bakteriobójczych.

Według wyników uzyskanych na podstawie wykonanych badań amerykańscy lekarze otrzymali antybiotyk o nazwie Teiksobaktyna, który wykazał wysoką skuteczność w walce z wieloma drobnoustrojami o wysokim stopniu oporności na klasyczne leki bakteriobójcze, między innymi na Mycobacterium tuberculosis (gruźlica), gronkowiec złocisty oporny na metycylinę (MRSA), Clostridium difficile (rzekomo błoniaste zapalenie jelit). Mechanizm działania leku jest podobny do działania Wankomycyny. Polega na blokowaniu syntezy ścian komórkowych bakterii opornych na leczenie (zarówno z grupy Gram+ jak i Gram-) poprzez jednoczesne działanie przeciwko kilku różnym białkom co powoduje, że drobnoustroje nie mogą wytworzyć tak łatwo oporności na ten antybiotyk.

W związku z czym jej skuteczność powinna być wysoka przez wiele lat. Jak przewidują naukowcy zagrożenie wzrostem szczepów bakteryjnych opornych na leczenie będzie gwałtownie wzrastać i w 2016 r. oporność bakterii przesunie się poza granice połowy z 10 antybiotyków głównego szeregu. Teiksobaktyna została otrzymana w czasie rutynowych badań w 2013 r. i powinna być dostępna w lecznictwie za 4-5 lat po przeprowadzonych klinicznych testach trisowych. Może to podnieść zasadniczo bezpieczeństwo chorych zanim powstaną kolejne generacje leków umożliwiających kontynuację walki z chorobotwórczymi bakteriami.

ESKULAP

Fraszki Marcina Urbana

O planowaniu

Mysząc o przyszłości planować się boję, Bo ja mam swe plany, a życie ma swoje.

O Facebooku

W czasach smartfonów i tabletek Mniej się nawzajem rozumiemy, A skoro facebook zawsze słucha, Więc powierzamy mu problemy.

O ryzyku

Trzeba nieufnym być wobec wszystkich Co obiecują ogromne zyski.

O współczesności

Władzę nad światem mają media: Facebook promuje dziwne rzeczy, Internet dzieci wychowuje, A doktor Google ludzi leczy.

O męskich decyzjach

Meżczyźni są naiwni życiowo I chyba nigdy się nie zmienia, Bo więcej wiedzą o nowym aucie, Niż o kobiecie, z którą się żenią.

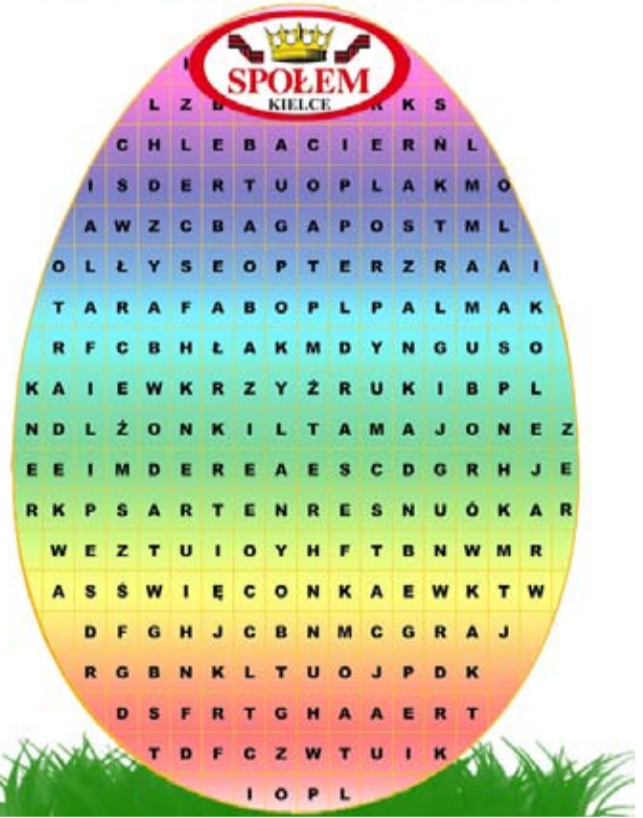
O błędzeniu

Prawo do błędów nawet mędrzec ma, Lecz tylko głupiec w swoich błędach trwa.



MIESIĘCZNIK WARSZAWSKIEJ SPÓŁDZIELCZOŚCI SPOŻYWCÓW. Adres redakcji: 00-042 Warszawa, ul. Nowy Świat 53, tel. 827-92-41 wew. 227, fax 828-80-31. Redaktor naczelny – DARIUSZ GIERYCZ. Stali współpracownicy: Kazimierz Bendkowski, Monika Bobke, Irena Chojnowska, Marek Goliszewski, Elżbieta Jędrych, Jolanta Jędrzejewska, Jerzy Wojciewski, Jarosław Żukowicz. PRENUMERATA ROCZNA dostępna tylko za pośrednictwem redakcji. Cena 54 zł (plus VAT). Adres e-mail: spolemowiec@wss.spolem.org.pl WYDAWCA: „Spolem” Warszawska Spółdzielnia Spożywców Śródmieście 00-042 Warszawa, ul. Nowy Świat 53. DRUK: CUW, 02-903 Warszawa, ul. Powsińska 69/71.

Wesołych Świąt życzy
WSP Spółem Kielce



W świątecznym diagramie w pionie i w poziomie umieszczonych zostało 12 wyrazów związanych z WSP SPOLEM KIELCE. Odnalezienie 10 z nich stanowi rozwiązanie.

- Znaczenie wyrazów:**
- * sztandarowy produkt WSP
 - * „...świątokrzyski” – „przekąska” w języku angielskim
 - * gęsty sos pomidorowy
 - * atrybut króla w logo WSP
 - * używany do marynat
 - * podstawa majonezu
 - * do golonki lub białej kielbasy
 - * ostra lub łagodna z gorczycy
 - * oprócz jaj w majonezie
 - * nazwa produktu WSP do mycia naczyń
 - * miasto – siedziba WSP
 - * produkt chemiczny kieleckiej WSP

Rozwiązanie należy przesłać na adres redakcji do dnia 30 kwietnia

2015r. Nagrodę za rozwiązanie ufunduje: Wytwórca Spółdzielnia Pracy SPOLEM KIELCE.

Rozwiązanie krzyżówki z numeru 2/2015:

Poziomo: 1) muzykant, 5) jumper, 8) rokosz, 9) kołędnik, 10) szpetota, 11) aronia, 13) agent, 16) suwak, 20) diadem, 23) Centaury, 24) sztufada, 25) gluten, 26) Okrasa, 27) somelier.

Pionowo: 1) Mirosz, 2) Zakopane, 3) koszyt, 4) tykwa, 5) Jolka, 6) mydło, 7) epitafia, 12) rejs, 14) guziczek, 15) tree, 17) wypustki, 18) stelle, 19) Bytnar, 21) druga, 22) miara, 23) chaos.

HASŁO: RAZEM PRACUJEMY NA SUKCES

Nagrodę ufundowaną przez Krajową Platformę Handlową „Spolem” otrzymuje Jolanta Nowak z Pruszkowa.