● Bary mleczne – str. 4 ● Mleczarze kontra Biedronka – str. 5 ●

Społemowiec WARSZAWSKI

MIESIĘCZNIK WARSZAWSKIEJ SPÓŁDZIELCZOŚCI SPOŻYWCÓW

Rok 53 nr 5 (579) WARSZAWA, maj 2015 r. Cena 4, 50 zł (plus VAT)

70 lat „Społem” na Ziemiach Odzyskanych

Pamiętny Rok 1945

W1945 roku Polska powróciła na „ziemie po wiekach odzyskane”. I nie jest to wcale sformułowanie komunistycznej propagandy z lat PRL, ale słowa słynnego papieża Jana XXIII, który utorował drogę do uznania polskich diecezji na ziemiach zachodnich i północnych przez Watykan. Podobnie jednymi z pierwszych na Zachodzie, którzy uznali nasze piastowskie granice na Odrze i Nysie byli francuski prezydent gen. Charles de Gaulle i socjaldemokratyczny kanclerz RFN Willy Brandt. Dzisiaj, kiedy oddajemy hołd wyzwolicielom, skazanego przez faszystowskie Niemcy na zagładę biologiczną naszego narodu, również oddajemy hołd tym, którzy 70 lat temu przywracali życie na tych ziemiach. Wśród nich są pionierzy odbudowy życia gospodarczego, założyciele, a potem liderzy spółdzielni „Społem”. 29 kwietnia br. w naszej redakcji gościliśmy z tej okazji STANISŁAWA SOSNOWSKIEGO – byłego prezesa PSS w Szczecinie oraz wybitnego wiceprezesa Związku „Społem”, za kolejnych prezesów – charyzmatycznej Ireny Strzeleckiej, Jadwigi Łokkaj, Bogdana Augustyna i Bogdana Bubaka. Dzisiaj, na zasłużonej emeryturze, jest honorowym członkiem Rady Nadzorczej KZRSS „Społem”.

Przez pryzmat bogatego życiorysu prezesa Stanisława Sosnowskiego tym wyraźniej widać milowe etapy historii naszego kraju i historii „Społem”, exodusu Polaków, zwłaszcza na Ziemiach Odzyskanych. W 1945 roku powstawały na nich spółdzielnie społemowskie, tuż obok zakładów produkcyjnych, usługowych, administracji, kościołów, szkół, szpitali w Szczecinie, Olsztynie, Wrocławiu, Gdańsku, Kołobrzegu, Opolu i w mniejszych miastach. Trzeba było zapewnić podstawowe zaopatrzenie w żywność, czy aprowizację jak się wtedy mówiło, dla znękanej wojną ludności, która przybywała tu na Ziemie Odzyskane z Ziem Utraconych na wschodzie, z Wilna, Lwowa, Łucka, Tarnopola, Stanisławowa.

Kilkuletni Stasio Sosnowski w lecie 1945 dobrze zapamiętał bolesną wędrówkę swej rodziny z rodzinnej podlwowskiej wsi Barszczowice najpierw na Śląsk Opolski, a następnie do Trzcińska Zdroju koło Szczecina. W Kluczborku kończył technikum ekonomiczne, by potem ukończyć studia ekonomiczne we Wrocławiu. Ale zanim to nastąpiło był świadkiem

Podczas wizyty w redakcji: Stanisław Sosnowski i przewodnicząca Rady Programowej Społemowca Warszawskiego Anna Tylkowska.

jako 6-latek zbrodni ukraińskich na Polakach koło Lwowa, gdzie oglądał trupy pomordowanych przez ich sąsiadów polskich kobiet, dzieci, starców. Podobnie widział wiezione koleją transporty lwowskich Żydów do obozów śmierci. Jego ojciec, żołnierz Armii Kraków, potem w Samoobronie AK, jako kolejarz i robotnik we Lwowie uniknął sowieckich zsyłek na Sybir, co dotknęło niestety dalszą rodzinę. Jak mówi, całe dzieciństwo miał naznaczone okrutną wojną, szybko dorastał bo musiał pracować od małego.

Dokończenie na str. 3

WSG Centrum

Na swoim

Rozmowa z HALINĄ KALINOWSKĄ – prezesem Warszawskiej Spółdzielni Gastronomicznej Centrum

– WSG Centrum ma się dobrze, sytuacja finansowa nie daje powodu do niepokoju, tymczasem na dorocznym Zebraniu Przedstawicieli usłyszałem w Pani wystąpieniu nutę niezadowolenia.

– Może troszeczkę… ale chyba dlatego, że przyzwyczailiśmy się nie tylko do dobrych, ale i bardzo dobrych wyników, a, niestety, w tym roku były one nieco niższe, choć oczywiście utrzymaliśmy tendencję wzrostową.

– Czyżby zatem skutek sytuacji rynkowej?

– Nie. Po prostu jedną z istotnych pozycji po stronie kosztów stanowiły opłaty za przekształcenie prawa użytkowania wieczystego we własność. Konkretnie zaś chodziło o teren restauracji „Rozdroże”. Procedurę rozpoczęliśmy dwa lata temu , a w ubiegłym roku z powodzeniem doprowadziliśmy do jej zakończenia. Duży sukces. A na dodatek robiliśmy to , że tak powiem, własnymi siłami. Zarówno jeśli idzie o stronę prawną jak i finanse.

– To dość długo trwało.

– Pewnie tak, ale takie są procedury. Trzeba zresztą przyznać, że nikt niczego nie utrudniał, nie stawiano przeszkód. To, że jesteśmy spółdzielnią niczego oczywiście nie zmieniało. Zgodziliśmy się na partycypację w kosztach sporządzenia wyceny przez rzeczoznawcę , nie była to nawiasem mówiąc znaczna kwota. Na dobre wyszło nam, że wojewódzki konserwator zabytków wpisał ten teren na listę zabytków archeologicznych, co pozwoliło na uzyskanie 50-procentowej bonifikaty. W rezultacie całe przedsięwzięcie kosztowało nas 339 000 zł. Dlaczego więc się za to zabraliśmy? Zadecydował prosty rachunek finansowy. Lepiej raz ponieść te koszty niż płacić corocznie kilkadziesiąt tysięcy złotych za użytkowanie wieczyste. W końcu w ten sposób także powiększyliśmy majątek spółdzielni. A że środki mieliśmy, szkoda było nie skorzystać. No i tym sposobem jesteśmy całkowicie na swoim.

– Co z innymi lokalami i budynkami?

– Wszystkie pozostałe posiadamy na zasadzie dzierżawy wieczystej. Oczywiście, skoro raz osiągnęliśmy tak pozytywny rezultat, grzechem byłoby zaniechać kolejnych działań. Nie ma co kryć, że solidnym bodźcem ponaglającym była znaczna podwyżka opłat za dzierżawę wieczystą. Tym bardziej, że składane przez nas odwołania od wysokości naliczeń okazały się bezskuteczne. Poszły więc kolejne wnioski o stosowne przekształcenia. Niestety skomplikowała się ostatnio kwestia prawna. Chodzi o efekty orzeczenia Trybunału Konstytucyjnego z marca tego roku w kwestii zasad przekształcania użytkowania wieczystego we własność.

– Czy wobec tego nie powinniście wcześniej złożyć wniosków?

– Z zewnętrznej perspektywy patrząc, można postawić taką tezę. Ale my niejako w naturze mamy gospodarność i rozwagę w lokowaniu środków finansowych. Przy tego typu przekształceniach opłaty są nieuniknione, z drugiej zaś strony nasze zasoby finansowe nie są nieograniczone. Nie chcąc brać kredytów podjęliśmy decyzję, że będziemy działać stopniowo.

– Wróćmy jeszcze do „Rozdroża” . Czy nowy status własnościowy skutkował będzie jakimiś zmianami odnoszącymi się do budynku lub terenu?

– Nie ma takiej potrzeby. Teren, co widać z daleka i z bliska, jest zadbany. Budynek, mimo że rówieśnik Trasy Łazienkowskiej z 1974, roku jest doinwestowany, po niedawnych remontach. A to, że restauracja, kawiarnia i pub tu się mieszczące znalazły sobie uznanie i stałą klientelę niech będzie tematem na inną rozmowę.

Rozmawiał:
JAROSŁAW ŻUKOWICZ

Od Redakcji: Jak poinformowała nas Pani Prezes, spółdzielnia od kilku lat nie korzysta z dotacji do barów mlecznych, dzięki czemu uniknęła kłopotów, jakie mają inne spółdzielnie. Słynny popularny Bar Bambino na Kruczej funkcjonuje bardzo pomyślnie, co budzi powszechne społeczne uznanie i podziw. (patrz również na str.4 art.pt.„Batalia trwa”)

KPH „Społem”

Konferencja Krajowa

W dniach 5-6 maja br. w sali im. Ireny Strzeleckiej w gmachu „Społem” w Warszawie odbyła się Konferencja Krajowa Krajowej Platformy Handlowej Społem, na którą przybyło kilkudziesięciu przedstawicieli spółdzielni społemowskich z całego kraju. W czasie dwudniowych spotkań roboczych omówiono techniczne szczegóły współpracy, plany działania Platformy oraz podsumowanie dotychczas dokonanych działań w ramach KPH „Społem”. Głównymi tematami w agendzie spotkania były m.in.: analiza dotychczasowej współpracy KPH–spółdzielnie, obecne rozwiązania logistyczne, kierunki rozwoju KPH, jej strategia i plany oraz prezentacje firm współpracujących. Uczestników konferencji powitał, a potem ją prowadził prezes Zarządu KPH Ryszard Jaśkowski.

Na wstępie omówił aktualne kwestie współpracy ze 157 spółdzielniami, a wspólnie z dyr. handlowym Pawłem Kochańskim zwłaszcza w zakresie logistyki i współpracy z hurtowniami. Przedstawił też zespół KPH, a w nim obok dyrektora Kochańskiego także pracowników: Kamila Faszczę, Tomasza Janiewicza i Sandrę Modrak. Wyróżnił następnie spółdzielnie, które w roku 2014 osiągnęły największe obroty z KPH, niektóre nawet podwajając sprzedaż. W pierwszej dziesiątce znalazły się PSSy: Szczecin, Białystok, Lublin, Kalisz, Gniezno, Zamość, WSS Praga Południe, Wrocław Północ, Turek i Rzeszów.

Dokończenie na str. 3

Zgromadzenie Paryskie CE

Spółdzielcy z Francji byli gospodarzami tegorocznego Zgromadzenia Ogólnego Cooperatives Europe, które obradowało w dniach 22-24 kwietnia br. w Paryżu. W obradach uczestniczyły również delegacje spółdzielców z Polski, reprezentujących Krajową Radę Spółdzielczą, Społem, spółdzielczość pracy, spółdzielczość mieszkaniową oraz spółdzielcze kasy oszczędnościowe.

W porządku obrad Zgromadzenia, poza tematyką charakterystyczną dla walnych zgromadzeń spółdzielczych, znalazły się także sprawy dotyczące wyzwań i szans młodych spółdzielców Europy, wspieranie spółdzielni w ramach polityki publicznej krajów europejskich oraz promowanie rozwoju nowych spółdzielni w Europie, zwłaszcza w sferze ekologicznej energetyki, usług socjalnych i opiekuńczych.

W dyskusji warsztatowej zastanawiano się jak kształtować publiczny wizerunek spółdzielni i komunikację z otoczeniem oraz jak wykorzystywać spółdzielczą tożsamość w celu promowania spółdzielni.

Zgromadzenie wysłuchało również informacji delegacji polskiej spółdzielczości mieszkaniowej, która zwróciła uwagę spółdzielców całej Europy na nieprzychylne dla spółdzielni stanowisko polskiego parlamentu w pracach nad nowymi ustawami spółdzielczymi.

Przy okazji obrad Zgromadzenia odbyła się też wizyta w jednej ze spółdzielni o charakterze konsumenckim w Paryżu oraz degustacja francuskich produktów spółdzielczych.

Na zdjęciu w środku prezydent Międzynarodowego Związku Spółdzielczego Pauline Green w otoczeniu polskich spółdzielców, od lewej: Anna Tylkowska, Adam Piechowski, Jerzy Rybicki, Danuta Mioduszewska.

Hala Mirowska

Wizyta posła

9 kwietnia br. przewodniczący sejmowej Komisji Nadzwyczajnej ds. projektów ustaw spółdzielczych poseł Marek Gos odwiedził społemowską Halę Mirowską, gdzie spotkał się ze społemowcami: przewodniczącą Rady Nadzorczej WSS Śródmieście Cecylią Przedpełską, prezes WSS Anną Tylkowską i dyrektorem Hali Bogusławem Pieńkowskim. Towarzyszyli mu członkowie Komisji Spółdzielczości BCC Andrzej Grześkiewicz i Andrzej Grad. Po zwiedzeniu zrewitalizowanej Hali, poseł pogratulował tego, że w centrum stolicy spółdzielcy tak wspaniale odnowili ten najstarszy obiekt handlowy w Warszawie, dzielnie stawiając czoła silnej konkurencji na rynku. Wyraził nadzieję, że prospołeczna forma gospodarowania, jaką jest spółdzielczość, otrzyma nowe lepsze prawo spółdzielcze. Na zdjęciu, na tle zabytkowej konstrukcji stoją od lewej: C. Przedpełska, M. Gos, A. Tylkowska, B. Pieńkowski i A. Grad.

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 społemowska w czasie okupacji niemieckiej – red. Dariusz Gierycz, godz. 22 – Spółdzielnie mniejszości narodowych – dr Adam Piechowski.

Również w podziemiach gmachu „Pod Orłami” zwiedzać będzie można eksponaty 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.

Komisja Historyczna PODSUMOWANIA I ZAMIERZENIA

(Czytaj na stronie 5)

Towarzystwo Spółdzielców

Wieczór autorski

Antoni Pieńkowski dedykuje swą książkę pt. „Ożeń się, ja nie wrócę” Zofii Sikorze – sekretarz TS.

To było nietypowe spotkanie klubowe, bo faktycznie był to wieczór autorski naszego kolegi dziennikarza, wieloletniego reportera prasy wiejskiej, a od szeregu lat pisarza i autora 11 książek – Antoniego Pieńkowskiego. 28 kwietnia br. w gmachu Pod Orłami jego twórczość i postać pięknie scharakteryzowała prof. Zofia Chyra-Rolicz. Uwypukliła szczególnie umiłowanie przez pisarza ojczystej ziemi, wsi, przyrody, losów chłopskich na przestrzeni ostatnich dziesięcioleci. Opisując niełatwe przemiany na wsi ostatniego ćwierćwiecza, w sposób wyjątkowy pochyla się nad krzywdą, troskami, bólami ludzi przegranych wskutek burzliwych, rewolucyjnych przemian na wsi. Dotyczy to i poszkodowanych w wyniku dzikiej prywatyzacji PGR-ów, i tych oszukiwanych, mamionych przez polityków niespełnionymi obietnicami, pozostających na marginesie przemian, młodzieży wypychanej z biedy za granicę itd.

W toku spotkania, które prowadził prezes Towarzystwa dr Krzysztof Lachowski, zebrani solidaryzowali się z autorem, z uwaga słuchali jego wierszy i fragmentów książek, celnie opisujących los człowieczy na wsi. Jego słowa nie wolne były od osobistych przeżyć i wspomnień, nacechowanych także rozterkami i rozczarowaniem wobec oszukańczych i złudnych w dużej mierze idei solidarności. Na tym tle tym silniej zabrzmiały słowa w obronie wartości patriotycznych, spółdzielczych, chrześcijańskich, którym autor pozostaje konsekwentnie wierny od lat, również jako redaktor popularnego Rolnika Spółdzielcy, z którą nasza redakcja się solidaryzuje i wzajemnie wspiera.

DG

Zebrania członkowskie

WSS Praga Południe

Podczas kolejnych trzech dni kwietniowych (8, 9 i 10) w sali restauracji „Astoria” na terenie Spółdzielczego Domu Handlowego „Uniwersam” spotykali się, jak co roku, członkowie Grup Rejonowych działających w spółdzielni WSS „Społem” Praga-Południe. Celem tych spotkań było podsumowanie pracy w roku 2014, a także zapoznanie się z aktualną sytuacją spółdzielni, przed dorocznym Zebraniem Przedstawicieli.

W praskiej spółdzielni działają trzy Grupy Rejonowe skupiając w swych szeregach najbardziej doświadczonych działaczy, a także pracowników, którzy poświęcają swój wolny czas na systematyczne wizytowanie wyznaczonych im placówek handlowych i składanie po każdej wizytacji szczegółowych sprawozdań wraz z protokołami zawierającymi ocenę pracy danej placówki, estetykę jej sali sprzedażowej i okien wystawowych i okolicy najbliższej wejścia, a także stan zaopatrzenia oraz umiejętności personelu w nawiązywaniu kontaktu z klientami.

I Grupa obejmuje: Grochów Centralny, Saską Kępę i Kamionek, II Grupa: Olszynkę, Gocław, Rembertów, Wesołą i Sulejówek, III Grupa : Anin, Wawer, Międzylesie, Radość i Falenicę.

Taki system kontroli społecznej był niegdyś bardzo ważnym elementem oceny, ale wiele spółdzielni zrezygnowało z niego po zmianach systemowych jakie nastąpiły na przełomie lat 90-tych XX wieku. W naszej spółdzielni nadal przywiązujemy dużą wagę do tego rodzaju działalności członkowskiej, nie rezygnując, rzecz jasna, z coraz to nowszych sposobów prowadzenia kontroli wewnętrznej i wspomagania pracowników detalu w tym, aby jak najlepiej wywiązywali się ze swych obowiązków względem klientów. Stały odpływ klientów do mnożących się wokół naszych sklepów placówek konkurencji stanowi obecnie podstawową bolączkę, bo rzutuje na nasze wyniki ekonomiczne, coraz częściej utrudniając osiąganie planowanych wskaźników.

O tych m.in. problemach mówił, obecny na spotkaniach, wraz z całym zarządem, prezes Bogusław Różycki. Nie zawahał się, aby stwierdzić, że rok 2014 był szczególnie trudny, bo obok rosnącej wokół konkurencji, pojawiło się w gospodarce zjawisko deflacji, które jest korzystne dla klientów, ale nie dla działalności gospodarczej. Klient odczuwa spadek cen, zaś spółdzielnia prowadząca przede wszystkim sprzedaż detaliczną uzyskuje mniejszą marżę, podczas gdy koszty prowadzenia całej działalności systematycznie rosną. Dotyczy to m.in. kosztów osobowych (w ubr. wzrosła np. wysokość wynagrodzenia minimalnego), a także innych niezbędnych wydatków, pokrywanych z bieżących dochodów.

Pan prezes wskazał na wiele, wprowadzonych ostatnio, nowych form działalności marketingowej, a także na zmiany w aranżacji wnętrz wielu naszych sklepów, które to działania przyczyniły się do wzrostu sprzedaży. Pozytywnie ocenił też wpływ prowadzonego od kilku lat systemu lojalnościowego, którym objęte są już wszystkie placówki detaliczne spółdzielni. Obecnie z systemu tego korzysta 15 tys. klientów, a dokonywane przez nich zakupy mają znacznie większą wartość od średniego koszyka pozostałych klientów.

Prezes Różycki poinformował też zebranych o tym jakie sprawy będą przedmiotem obrad Zebrania Przedstawicieli zaplanowanego na pierwsze dni czerwca, jak również o tym, że z pewnością już w końcu tego roku przystąpimy do przebudowy obecnego „Uniwersamu”, czyli największej naszej placówki handlowej.

W dalszej części każdego ze spotkań sprawozdanie z działalności Rady Nadzorczej za rok 2014 złożył jej przewodniczący, Zbigniew Dejtrowski. Każda Grupa Rejonowa przedstawiła także roczne sprawozdanie ze swojej działalności.

ELŻBIETA JĘDRYCH

WSS Śródmieście

W dniach 14,15,16 kwietnia br. w sali konferencyjnej Hali Mirowskiej odbyły się trzy zebrania Grup Członkowskich, które miały charakter sprawozdawczy.

Wszyscy członkowie Spółdzielni zostali indywidualnie pisemnie powiadomieni o terminie zebrania. Zawiadomienia o terminach zebrań zostały też umieszczone we wszystkich placówkach handlowych. Spośród 583 członków frekwencja wyniosła niespełna 30 procent.

We wszystkich zebraniach uczestniczyły prezes Zarządu Anna Tylkowska, wiceprezes ds. finansowych Małgorzata Klimas-Komorowska, przewodnicząca Rady Nadzorczej Cecylia Przedpełska oraz pozostali członkowie Rady Nadzorczej.

Zebrani z dużym zainteresowaniem wysłuchali sprawozdania z działalności Spółdzielni za rok 2014 składanego przez prezes Zarządu, przedstawionego przez przewodniczącą sprawozdania z działalności Rady Nadzorczej oraz o zamierzeniach na rok bieżący.

Przewodniczący komitetów członkowskich działających przy wszystkich placówkach złożyli sprawozdania z działalności komitetu wraz z oceną kierownictwa i załogi placówki.

Uczestnicy zebrań otrzymali pisemne informacje o wynikach ekonomicznych Spółdzielni, po których przeanalizowaniu i wysłuchaniu sprawozdań podjęli dyskusję. Członkowie zabierający głos wykazali się dużą troską o dobro Spółdzielni. Poruszano tematy dotyczące szkoleń nowych pracowników, wprowadzenia sprzedaży internetowej i na telefon, inwestycji „Nowy Sezam” oraz rosnącej w naszym otoczeniu konkurencji.

Pozytywnie oceniono nowe inwestycje w Spółdzielni, prace remontowe w SDH „Hala Mirowska”, nowe inicjatywy Mazowieckiej Agencji Handlowej dotyczące negocjowania warunków przy zakupach towarów, wprowadzenie programu lojalnościowego „Społem” znaczy razem” oraz rozszerzanie sprzedaży artykułów marki „Społem”.

Podziękowano Zarządowi i Radzie Nadzorczej za promowanie Spółdzielni na zewnątrz i pozytywną współpracę z organizacjami spółdzielczymi.

Na Zebraniach Grup Członkowskich uchwalono siedem wniosków, które przekazane zostaną do realizacji.

Tekst i foto:
DANUTA BOGUCKA

Z KART HISTORII

Zdobycie Berlina

8 maja br. obchodzimy wraz z całym światem 70-rocznicę zwycięstwa nad hitlerowskimi Niemcami, a dokładnie bezwarunkowej kapitulacji III Rzeszy Niemieckiej, co zakończyło najkrwawszą II wojnę światową. Decydująca była ostatnia operacja berlińska, której celem było okrążenie i zdobycie Berlina. Wzięły w niej dramatyczny udział obie polskie armie, które u boku Armii Czerwonej, już na terenach za Odrą zadały decydujący cios niemieckiej machinie wojennej.

Bezpośrednio w szturmie na Berlin wzięła udział 1 Dywizja Piechoty im. Tadeusza Kościuszki, walcząc od strony zachodniej przez Tiergarten w kierunku Bramy Brandenburskiej. Kilkunastodniowe dramatyczne walki o Berlin zostały okupione wielkimi stratami. I polegli, i ci co przeżyli smak zwycięstwa i tryumfu nad potężną niemiecką Rzeszą przeszli do wielkiej historii. Dzięki nim biało-czerwone flagi zawisły dumnie nad Bramą Brandenburską oraz na Kolumnie Zwycięstwa w parku Tiergarten.

Te flagi to symbol polskiej obecności i zwycięstwa w Berlinie. To jak gdyby uwieńczenie kilkuletniego ogromnego wysiłku całego narodu w oporze przeciwko zbrodniczym Niemcom. Żołnierze 1 Dywizji spełniali marzenia m.in. powstańców warszawskich i Polaków na wszystkich frontach, w tym Oddziałów Polskich Sił Zbrojnych na Zachodzie, które kończyły szlak bojowy na zachodzie Niemiec w Wilhelmshaven i Bremie. Wreszcie, całego uciemiężonego i umęczonego w mrokach okupacji niemieckiej narodu. Polacy dali dowód swojej niezłomnej walki o wolność i umiłowania ojczyzny.

Dzisiaj znając niesłychanie wysoką cenę zwycięstwa, okupioną milionami ofiar i okrutnych cierpień, tym bardziej cenimy pokój i bezpieczeństwo w czasach współczesnych. Zdajemy sobie sprawę ze współczesnych rosnących zagrożeń. Nie możemy pozostać obojętni wobec różnych prób narzucania narodom woli i ambicji silniejszych państw, bo każdy naród ma prawo do samostanowienia. Nie możemy zamykać oczu na zjawiska terroryzmu, nietolerancji, czy odradzania się faszyzmu w jakiejkolwiek postaci.

JERZY WOJCIEWSKI

● Panorama Wydarzeń ● Panorama Wydarzeń ●

Wiosna przy Uniwersamie

Jak doniósł portal dla handlu.pl 20 kwietnia w Universamie przy ul. Grochowskiej ruszył kiermasz z artykułami sezonowymi. Na kiermaszu oprócz mebli ogrodowych znaleźć można taki asortyment jak: sadzonki, bulwy roślin, ziemię do kwiatów; środki czystości i artykuły gospodarstwa domowego oraz karmę dla psów i kotów. Społem WSS Praga Południe liczy ok. 500 pracowników. Sieć sklepów liczy 49 placówek handlowych.

Sejm nie zdąży

Plany utworzenia jednego, dużego urzędu ds. kontroli produkcji żywności od pola po półki w sklepie, skupiającego kompetencje szeregu obecnych urzędów, przypominane są regularnie co kilka miesięcy. Superinspekcja miała wystartować w lipcu 2015 r., jednak wcale się na to nie zanosi - donosi "Puls Biznesu".

Wspomniana data wskazała została przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi w harmonogramie opublikowanym na wiosnę 2013 r. Własną propozycję w zakresie powołania nowej instytucji przedstawiła rok później Platforma Obywatelska. Projekt nie został jednak choćby skierowany do pierwszego czytania i jest niemal pewne, że w tej kadencji Sejmu posłowie nie będą się nim zajmować.

Dorota Niedziela, posłanka odpowiedzialna za projekt ustawy przygotowany przez PO, w rozmowie z "Pulsem Biznesu" tłumaczy, iż czeka na stanowisko rządu w sprawie proponowanych zmian w prawie. Jak dodaje, "realnie patrząc, ta kwestia wróci w Sejmie nowej kadencji, jeśli ktoś ją podejmie". Z kolei Witold Katner, rzecznik Ministerstwa Rolnictwa twierdzi, iż z uwagi na to, że do Sejmu w 2014 r. wpłynął poselski projekt ustawy o Państwowej Inspekcji Weterynarii i Żywności, zawieszone zostały prace nad projektem rządowym.

Swobodne GMO

Bruksela może dać krajom członkowskim większą swobodę w sprowadzaniu modyfikowanych produktów. Komisja Europejska ma przedstawić propozycję upraszczające zasady dopuszczania na rynek produktów genetycznie modyfikowanych (GMO) z importu 22 kwietnia 2015 r. - informuje Rzeczpospolita.

Nowe przepisy mają być zbliżone do tych dotyczących upraw roślin GMO. W styczniu 2015 r. Parlament Europejski poparł propozycję Komisji Europejskiej, aby decyzję o tym czy je dopuścić czy też zakazać podejmowały rządy krajów członkowskich. Jak informuje Rzeczpospolita obecnie w UE do uprawy dopuszczona jest tylko genetycznie modyfikowana, odporna na insekty kukurydza MON 810. Uprawa genetycznie zmodyfikowanego ziemniaka Amflora firmy BASF - początkowo dozwolona przez Komisję Europejską - została zakazana przez Trybunał Unii Europejskiej w 2013 roku.

Część krajów, w tym Niemcy, Węgry, Austria, a od 2013 r. Polska, wprowadziły u siebie zakaz uprawy kukurydzy GMO. Za złamanie przepisów w naszym kraju grozi zniszczenie uprawy i kara finansowa w wysokości 200 proc. wartości wykorzystanego materiału siewnego. Propozycja KE będzie musiała zostać zaakceptowana w procesie tzw. współdecydowania przez większość państw członkowskich oraz większość w Parlamencie Europejskim. Teoretycznie nie powinno być z tym problemu. Za powinny być szczególnie te kraje (stanowią większość w UE), które są przeciwko GMO, ale muszą wprowadzać w życie pozytywne decyzje autoryzacyjne KE oparte na doradztwie naukowym.

mpt grupa
Polmars
DYSTRYBUCJA ARTYKUŁÓW SPOŻYWCZYCH
http://www.polmars.pl e-mail: handlowy@polmars.pl
Lindt MAÎTRE CHOCOLATIER SUISSE DEPUIS 1845
Mondelēz International
Bahlsen
Colian
Schweppes ORANGINA Dr Pepper
Develey OD 1845

KPH „Społem”

Dokończenie ze str. 1

W dalszej części konferencji swoje oferty przedstawili przedstawiciele firm współpracujących: Merkury – dyrektorzy Andrzej Anikiej i Tomasz Krupski, Dawtona – dyr. Marek Bąk, Chłodnia Mazowsze – prezes Zbigniew Sarnowski, Garmond Press – dyr. Hanna Jeżewska. Przedstawiciel firmy „Tnijmy Koszty” z Gliwic mówił o oszczędnościach energii nawet do 30 proc. Uczestnicy konferencji zadawali wiele pytań roboczych, na które uzyskiwali rzeczowe odpowiedzi. Prezentacjom towarzyszyły prezentacje wyrobów na stołach i regałach, w tym pod marką własną Społem. Było m.in. bogate stoisko z prasą, wydawnictwami i płytami

Konferencja Krajowa

Garmond Press, konserwy rybne, śliwki w czekoladzie, słodycze, lody, artykuły AGD i chemiczne, herbaty, przetwory, makarony oraz rewelacyjna, unikalna woda mineralna Selenka z Uzdrowiska Wieniec Zdrój.

Kierunki rozwoju

Tuż przed konferencją popularne pismo branżowe, Wiadomości Handlowe z 24 kwietnia br. zamieściły duży artykuł o Krajowej Platformie Handlowej Społem. Na wstępie cytują prezesa Ryszarda Jaśkowskiego, który zaznaczył: – Artykuły produkowane na nasze zamówienie dostępne są w blisko 1500 sklepach Społem. Jakością w niczym nie ustępują produktom pochodzącym od renomowanych dostawców, tak marek własnych, jak i wyrobów brandowych. Mimo to ich ceny są znacząco niższe. Oczekuję, że pozostałe spółdzielnie i sklepy wesprą nasz projekt. Raz, że daje on możliwość wyróżnienia się na trudnym rynku, dwa – jest wyrazem lojalności wobec 146-letniej nieprzerwanej działalności Społem – uzasadnia.

Obecnie oferta liczy blisko 200 artykułów. Liczba ta jest ruchoma, bo spółdzielcy wciąż dopracowują portfolio. Słabiej rotujące produkty zastępowane są takimi, które mają większe przebicie. Paweł Kochański, dyrektor handlowy KPH podkreśla, że oferta dostosowana jest do potrzeb placówek PSS. – Proponujemy spółdzielniom żywność, artykuły chemii gospodarczej, kosmetyki oraz sprzęt gospodarstwa domowego. Produktów spożywczych jest 120, zaś chemicznych i kosmetycznych – ponad 20. Na sprzęt gospodarstwa domowego przypada łącznie 45 SKU. Tak skonstruowana oferta odpowiada strukturze sprzedaży współpracujących z nami sklepów – opowiada Paweł Kochański.

Jak piszą Wiadomości Handlowe, początkowo produkty wprowadzane były głównie pod tzw. markami parasolowymi, rozwijanymi w ramach różnych kategorii. Niedawno spółdzielcy zdecydowali, że w ramach powrotu do źródeł postawią na najbardziej rozpoznawalne dla spółdzielczości brandy, jakimi są Społem i Lux. – Logo Społem jest wyceniane na ponad 550 mln zł i zajmuje jedno z czołowych miejsc w rankingu najwartościowszych marek dziennika „Rzeczpospolita”, warto się więc nim podpierać – zauważa Ryszard Jaśkowski. Zapowiada, że większość produktów oferowanych przez KPH będzie sygnowana znakiem Społem. Marka Lux będzie zarezerwowana dla produktów droższych, takich jak np. wyroby czekoladowe i alkohole. Powrót do renomowanych znaków, poszerzanie oferty oraz dostosowywanie jej do potrzeb odbiorców – oto najważniejsze zadania dla KPH na najbliższe miesiące, a może i lata.

Z żywności KPH oferowała do tej pory głównie produkty suche, wody i napoje. Obecnie asortyment się rozszerza. Na początek – w połowie roku – na rynek trafią pierwsze produkty nabiałowo-tłuszczowe. Ryszard Jaśkowski podkreśla, że dziś problemem nie jest wyprodukowanie towaru dobrej jakości, ale zapewnienie mu jak najlepszej dystrybucji. W przypadku nabiału okazało się to o tyle łatwe, że spółdzielczość mleczarska wypracowała system dystrybucji, z którego skorzysta spółdzielczość Społem. Z innymi kategoriami będzie trudniej, ale trwają intensywne prace związane m.in. z dystrybucją mrożonek i wędlin. Pierwszy projekt będzie realizowany jeszcze w tym roku, w przypadku wędlin operacja może się wydłużyć, bo spółdzielcy poszukują ogólnopolskiego dystrybutora.

Od ponad dwóch lat Krajowa Platforma Handlowa rozwija tzw. „półkę zdrowia”, na którą składają się preparaty OTC. Obecnie koncept ten jest rozszerzany i będzie kontynuowany pod hasłem „Społem na zdrowie”. Podobnie jak projekt chemiczno-kosmetyczny „Społem blisko domu”, który zostanie wsparty logotypem spółdzielni. Kluczowym odbiorcą Krajowej Platformy Handlowej – jak piszą Wiadomości Handlowe - są oczywiście placówki PSS Społem, ale produkty dostępne są także dla bratnich gminnych spółdzielni. KPH nie wyklucza w przyszłości zaopatrywania sklepów spoza kręgu spółdzielczego.

Opr. DG

70 lat „Społem” na Ziemiach Odzyskanych

Dokończenie ze str. 1

Tuż po studiach, z nakazu pracy trafił najpierw do szczecińskiej fabryki motocykli Junak, a w czerwcu 1956 r. do Oddziału Okręgowego Społem w Szczecinie. Tutaj miło wspomina pierwsze kroki pod okiem przedwojennych działaczy społemowskich, którzy przybyli tu z Poznania, by zakładać i rozwijać spółdzielnie. Od razu odczuł spółdzielczą przyjazną atmosferę, a młodego adepta nazywali kolegą. Zaczynał od inspektora ds. warzyw i owoców, ale wkrótce wytypowano go jako ambitnego i zdolnego na kurs lustratorów do Warszawy. Ta służba była wtedy „okiem w głowie” niezapomnianej, wybitnej prezes Ireny Strzeleckiej, której imię nosi obecnie główna sala w historycznym gmachu Społem przy ul. Grażyny. Dla niej, twórczyni potęgi nowoczesnego handlu społemowskiego, lustracja to była służba krystalicznie uczciwych fachowców, zdolnych do pomagania spółdzielniom, tworzenia programów naprawy i rozwoju.

Jako lustrator, pan Stanisław wizytował spółdzielnie nie tylko w swoim szczecińskim okręgu, ale i w całym kraju, wskazując drogi modernizacji handlu i poprawy jego efektywności. W uznaniu jego zasług i profesjonalizmu sprawował w latach 60. funkcję dyrektora Oddziału PIH w Szczecinie, a równolegle szefa komisji rewizyjnej PSS w Szczecinie. W latach 1969-1973 był już prezesem szczecińskiej spółdzielni. Znowu w roku przełomowym, bo w grudniu 1970 trafił w wir wydarzeń. Organizował transporty żywności do strajkującej stoczni i wykazał wtedy duże umiejętności negocjacyjne. Wyobraźmy sobie, że w tych czasach bardzo łatwo było trafić na dywanik surowej władzy za byle braki w zaopatrzeniu w sklepach.

Te niemałe doświadczenia przydały się i potem, kiedy Stanisław Sosnowski, już jako wiceprezes Związku Społem od 1974 r. musiał rozmawiać w latach 1980-81 w ogniu strajków Solidarności, umiejętnie organizując zaopatrzenie dla strajkujących i ludności miast w okresie dokuczliwych niedoborów i koncyliacyjnie konferując i z przedstawicielami władzy i z przywódcami strajkowymi. Przypomina takie nazwiska jak Jurczyk, Rulewski, Trzciński, Zacharko oraz nazwiska partyjnych dygnitarzy. Potem dobrze pamięta stan wojenny i system kartkowy, kiedy nocami z wielkim poświęceniem pracownice Społem kleiły zebrane kartki w zeszytach i musiały przygotować towar do sprzedaży na rano.

Pan Stanisław przypomina także wydarzenia radosne i bolesne. Radosne, kiedy spółdzielnia w Szczecinie zdobywała nagrody za pierwsze miejsce w kraju i bolesny, tragiczny pożar kombinatu gastronomicznego Kaskada, w którym zginęły pracownice Społem. Z jednej strony wpis do księgi zasłużonych obywateli Szczecina w 1972 r., i ból po specustawie w 1990 r. która zniszczyła hurt i centralę gospodarczą Społem, czyli to czego nie dokonała ani stalinowska władza, ani okupanci niemieccy w czasie wojny. Wreszcie wspomina nadzieję, kiedy powstał na nowo Krajowy Związek Społem w 1992 r. którego został wiceprezesem i kiedy pohamowano prywatyzację spółdzielni, przekształcanie ich w spółki w końcu lat 90.

Pamiętny Rok 1945

Dzisiaj Stanisław Sosnowski ma poczucie spełnionego życia, satysfakcji że brał udział w budowie potęgi Społem, jego modernizacji i przekształceniach w różnych burzliwych okresach historycznych. Nade wszystko wierny jest zasadom społemowskim i nośnikiem pamięci o minionym polskim 70-leciu. Dalej zachowuje optymizm, pogodę ducha, świetną kondycję, wiarę że Społem przetrwa największe trudności. W tym duchu znowu będzie na obradach kolejnego Zjazdu Społem w końcu br., głosząc konieczność konsolidacji spółdzielni.

* * *

Jak pisała Gazeta Wyborcza 9 marca br., pierwszy sklep w powojennym Szczecinie został uruchomiony 4 lipca 1945 r., jeszcze zanim polska administracja ostatecznie przejęła tu władzę. W mieście było jeszcze kilkadziesiąt tysięcy Niemców, ale z dnia na dzień przybywało tzw. ludności napływowej - przesiedleńców, repatriantów, osadników z centralnej Polski. Kwitł szaber i handel.

Niespełna dwa miesiące później, pod koniec sierpnia działało już 905 sklepów (dane na ten temat można znaleźć m.in. we wspomnieniach pierwszego prezydenta Szczecina Piotra Zaremby). Słowo "sklep" oznaczało czasami drewnianą budkę, uliczny stragan, piwnicę czy zaadaptowane na potrzeby handlu mieszkanie na parterze. 31 października 1945 r. zawiązano formalnie PSS Robotnik w Szczecinie, a już 30 września uroczyście otwarto pierwszy sklep spółdzielczy, z szyldem "Robotnik" - spożywczy na ul. Pocztowej 40 u zbiegu z ul. 5 Lipca. Działa on do dziś. Do końca roku 1945 r. spółdzielnia spożywców miała już sześć sklepów i piekarnię.

DARIUSZ GIERYCZ

KZRSS i KPH „Społem”

Utrzymywanie pozycji

W mojej ocenie 2014 roku, mimo zapowiadających się wcześniej trudnych wskaźników i zjawisk ekonomicznych takich jak spowolnienie gospodarcze, deflacja, rosnąca ciągle konkurencja, w spółdzielniach nie było załamania. „Społem” utrzymała swoją rynkową pozycję, a wyniki finansowe nie były gorsze od lat poprzednich – mówi Jerzy Rybicki, prezes zarządu KZRSS "Społem" na łamach kwietniowego "Biuletynu Państwowej Inspekcji Handlowej".

– „Społem” posiadając dobre lokalizacje handlowe swych obiektów, umiejętnie łączy tradycję z nowoczesnością, dając klientowi satysfakcję z przedstawianej oferty handlowej i produkcji własnej. Rozwijają się wspólne formaty obiektów handlowych „Lux” oraz „Gama”, moder-

nizowane są sklepy, powstają zupełnie nowe obiekty handlowe i produkcyjne. W ostatnim roku „Społem” otworzyła kilka dużych obiektów w formie galerii handlowych m.in. w Żabnie koło Tarnowa, Śremie, Hajnówce i Grodzisku Mazowieckim. Trwa budowa nowego „Sezamu” w Śródmieściu Warszawy oraz rewitalizacji znanej Hali Mirowskiej. Osiągnięte w roku ubiegłym wyniki finansowe oraz wskazane inwestycje świadczą o tym, że „Społem” posiada potencjał do konkurencyjnej gry na rynku także w 2015 roku – uważa Jerzy Rybicki.

– Mimo swej różnorodności co do skali prowadzonej działalności gospodarczej oraz indywidualnego konceptu działalności handlowej, spółdzielnie „Społem” osiągają łącznie przychody w granicach 7 mld zł oraz prowadzą bezpośrednio blisko 3 tys. placówek handlowych – dodaje prezes KZRSS „Społem".

Więcej marki własnej

Również w „Biuletynie PIH” czytamy: Krajowa Platforma Handlowa "Społem” Sp. z o.o. współpracuje obecnie ze 150 spółdzielniami, które są właścicielami około 1500 sklepów. Obecnie w ofercie spółki znajduje 190 produktów w marce własnej dedykowanej dla Spółdzielni. Trwają prace nad dalszym rozszerzeniem asortymentu.

Oferta KPH Społem dedykowana dla Spółdzielni jest szeroka. W jej ramach dostępne są produkty w licznych grupach asortymentowych, w tym: 119 produktów FMCG w marce własnej, 36 produktów AGD z logo Społem, 9 produktów Elektro AGD z logo Społem, 23 produkty w kategorii chemia i kosmetyki oznaczonych logo "MissKlara” i "Mr. Klar”, 3 produkty – alkohole. Spółka na obecnym etapie działania skupia się na wdrażaniu produktów wysokiej jakości w dobrej cenie oznaczonych znakiem firmy.

"Społem" modyfikuje asortyment skierowany dla spółdzielni poprzez optymalizowanie grup produktowych. Zgodnie z zapowiedziami skutkiem podejmowanych działań będzie wprowadzenie nowych produktów w miejsce produktów słabo rotujących. W najbliższym czasie planowane jest rozszerzenie portfolio produktów w marce własnej o nową grupę asortymentową – nabiał oraz tłuszcze.

KPH "Społem” oferuje Spółdzielniom także współpracę w ramach projektu tzw. "Półki zdrowia”. Projekt o nazwie "Społem na zdrowie” kontynuowany jest od ponad 2 lat. Obecnie znajduje się w fazie nowego otwarcia.

Firma wprowadza ponadto nowe rozwiązania w projekcie chemia i k osmetyki "Społem blisko domu”. Planowana jest modyfikacja asortymentu, jak również zmiany w oznaczeniu produktów oferowanych w ramach projektu marki własnej, tj. oznaczenie ich znakiem "Społem”.

Krajowa Platforma Handlowa "Społem” Sp. z o.o. została powołana przez Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni Spożywców „Społem” w 2010 roku. KPH "Społem” współpracuje obecnie ze 156 Spółdzielniami, będącymi właścicielami ponad 1500 sklepów.

Opr. Red.

Spółdzielnie uczniowskie

Szkolenie opiekunów

Krajowa Rada Spółdzielcza podjęła się organizacji szkoleń mających na celu spopularyzowanie spółdzielczości uczniowskiej w różnych typach szkół na terenie całego kraju. Będą to bezpłatne szkolenia dla nauczycieli – Jak zakładać spółdzielnię uczniowską? Z propozycją przeprowadzenia takich szkoleń KRS zwróciła się na początku roku do wszystkich Urzędów Wojewódzkich i Kuratoriów Oświaty. Do tej pory zainteresowanie projektem zgłosiły województwa: wielkopolskie, mazowieckie oraz łódzkie.

Szkolenia **przeprowadzane na koszt KRS,** przeznaczone są dla dyrektorów szkół i nauczycieli zainteresowanych opieką nad takimi spółdzielniami. Z wykładów i prezentacji multimedialnych będzie można dowiedzieć się, jak założyć spółdzielnię uczniowską i jak przygotować niezbędne dokumenty. Przewidziane będą również warsztaty umiejętności praktycznych w zakresie tworzenia wzorów przydatnych uchwał, protokołów oraz propozycji brzmienia statutu spółdzielni uczniowskich.

Wszystkich zainteresowanych organizacją szkoleń prosimy o kontakt: sekretariat Krajowej Rady Spółdzielczej, tel.: 22 827 13 16, e-mail: **krs@krs.org.pl**

Tematyka szkolenia:

1. Spółdzielczość uczniowska -idea, próba zdefiniowania, krótki rys historyczny.
2. Współczesne polskie i międzynarodowe prawodawstwo regulujące spółdzielczość uczniowską.
3. Źródła prawa spółdzielczego z uwzględnieniem problematyki spółdzielni uczniowskich.
4. Spółdzielnia uczniowska jako organizacja wewnątrzszkolna:
   - niezbędne zmiany treści statutu szkoły;
   - zadania Dyrekcji, Rady Pedagogicznej, Rady Rodziców;
   - rola nauczyciela – opiekuna spółdzielni.
5. Inspiracja młodych spółdzielców, czyli jak wykorzystać kreatywność uczniów?
6. Działania marketingowe.
7. Wyznaczenie nauczyciela-opiekuna spółdzielni uczniowskiej.
8. Skonstruowanie statutu spółdzielni uczniowskiej.
9. Uchwalenie statutu spółdzielni uczniowskiej.
10. Organy spółdzielni uczniowskiej.
11. Praktyka:
    - Statut spółdzielni uczniowskiej,
    - Protokół zebrania założycielskiego,
    - Uchwała o założeniu spółdzielni uczniowskiej,
    - Uchwała o przyjęciu statutu spółdzielni uczniowskiej,
    - Uchwała o wyborze zarządu spółdzielni uczniowskiej,
    - Uchwała o wyborze rady nadzorczej spółdzielni uczniowskiej,
    - Uchwała o wyborze nazwy spółdzielni uczniowskiej.
12. Podmioty wspierające działalność spółdzielni uczniowskich:
    - Krajowa Rada Spółdzielcza z siedzibą w Warszawie,
    - Fundacja Rozwoju Spółdzielczości Uczniowskiej z siedzibą w Krakowie,
    - Kuratorzy oświaty.

Bary mleczne

Pod efektownymi tytułami Gazeta Krakowska, TVN, Polskie Radio, prasa lokalna i portale internetowe odtrąbiły zwycięstwo. Doniosły na przełomie marca i kwietnia br. m.in.: „Będzie można pieprzyć w barach mlecznych. Rząd wycofał się z „antyprzyprawowych" przepisów", „Przyprawy wrócą do barów mlecznych". Pisano, że „Przyprawy wrócą do barów mlecznych. Minister finansów wycofał się z przepisów, które nie pozwalają na dofinansowywanie potraw, w których używany majeranek, kminek, liść laurowy czy zwykły pieprz. Nowe rozporządzenie w sprawie dotowanych dań i ich składów ma zacząć obowiązywać od początku kwietnia… Zakaz używania przypraw pod groźbą cofnięcia dotacji do potraw, spadł na bary mleczne jak grom z jasnego nieba w grudniu. Treści przepisów nie konsultowano z kucharkami. Te jednak zdecydowały się pojechać kilka razy do Warszawy i przekonać ministra do przypraw."

Na portalu krakowskim pisano: „– Załącznik do rozporządzenia, czyli tam gdzie mamy wszystkie dotowane surowce został uzgodniony bardzo ładnie, bardzo szybko, z czego jesteśmy bardzo zadowoleni – mówi Urszula Waligura z krakowskiego „Społem". Potrawy teraz nabiorą smaku, bo na ministerialną listę trafił imbir, tymianek, rozmaryn, lubczyk, cynamon, oregano, bazylia, kolendra, a nawet sos sojowy. Zmiana podejścia ministerstwa, to też efekt protestów, które organizowano w barach mlecznych. Miłośnicy krakowskich placówek chcą teraz odwdzięczyć się ministrowi i zaprosili go na przysłowiowe "ruskie" do Nowej Huty."

To efekty batalii w obronie mlecznych, które stoczyła m.in. krakowska PSS Nowa Huta, która prowadzi kilka barów mlecznych w swej dzielnicy. Minister finansów Mateusz Szczurek osobiście wizytował bar „Bieńczyce", zjadł nawet pomidorową i ruskie, w dzień po proteście prezydenta Roberta Biedronia w Słupsku nad barszczem w barze „Poranek", demonstrując „dobroczynny" wpływ swego rozporządzenia z 1 kwietnia br. Szkoda tylko, że przyszło ono tak późno i niestety nie ma wpływu na haracz, jakiego domagają si e od spółdzielni urzędy skarbowe za dodawanie przypraw w latach ubiegłych. Jak pisaliśmy wcześniej, nad PSS w Słupsku wisi miecz w postaci ponad milionowej kary, a nad GSS Społem w Poznaniu dwa miliony!

Nowoczesne, funkcjonalne wnętrze baru Bambino (facebook).

Batalia trwa

Jak informuje nas dyrektor Danuta Mioduszewska z KŻRSS Społem, kwestia zwrotu milionowych dotacji dla barów jest nadal otwarta i decyzje mogą być cofnięte, bo inaczej bary i spółdzielnie upadną. Batalia trwa. Już teraz wiele spółdzielni wycofało się z dotacji, by uniknąć drastycznych kłopotów. Tak zrobiło wiele spółdzielni w kraju i dwie spółdzielnie warszawskie, o czym poinformowały mnie panie prezes – Halina Kalinowska z WSG Centrum /bar Bambino/ i Jadwiga Rowicka z WSS Żoliborz /bar Sady/. Oj, nie prędko wróci zaufanie do fiskusa… a niedotowane bary może zmusić to do podwyżek.

W barze Bambino

Zastanawiam się obecnie czy nazywanie przez niektórych dziennikarzy współczesnych barów mlecznych skansenem jest uzasadnione? Chyba tylko tym jednym co ich różni od nowoczesnych samoobsługowych sieciówek, gdzie każdy posłusznie chodzi z tacą, jest z reguły starszy doświadczony personel, który tak natarczywie nie nadskakuje klientom i nie obdarza ich mechanicznym nieraz powitaniem i uśmiechem jak w sieciówkach. Atutem są dawne, skrupulatnie sprawdzone receptury. Owszem, wystrój jest bez srebrnych rur i przemysłowych lamp, ale ma nowoczesny charakter. Stoły mają zwykłe proste blaty. Ustawiono też oryginalne nietypowe dwuosobowe stoliki. W barze BAMBINO na Kruczej podobają mi się tam owalne lampy i kinkiety oraz ciepłe brązowe kolory. Ponieważ zwykle jest tłum konsumentów, to nie zwraca się na to uwagi.

Dawny efektowny neon baru Bambino w latach 60-tych.

Trzeba tu przyjść poza godzinami szczytu i wtedy jest spokojniej. Np. na późne śniadanie, aby zjeść odpowiednio smaczną jajecznicę ze szczypiorkiem za jedyne 3,40 zł, albo twarożek ze śmietaną i rzodkiewką za 5 i w tej cenie jajecznicę, ale z kiełbasą. Na wczesny, albo spóźniony obiad bez tłoku czasem zjadam pomidorówkę, albo pieczarkową po 3,70, a potem albo schabowy za 7,20, albo naleśniki z serem za 5,95. Czasem warto skosztować leniwe za 6, czy nawet same warzywa, czyli marchewkę z groszkiem za 3,30 i buraczki za 3,60. Nie są to wyszukane dania, ale ceny rewelacyjne. Brakuje mi ulubionego gulaszu z kopytkami, czy sztuki mięs. Jednak są pierogi, bigos i wiem że zawsze świeże, bo zbyt codziennie mają zapewniony. Przy stołach spotykamy studentów, emerytów, ale i biznesmenów i młodych japiszonów z pobliskich biur.

O jakość i umiarkowany poziom cen dba Warszawska Spółdzielnia Gastronomiczna Centrum. Na szczęście, bo spójrzmy, że w tych udających bary mleczne innych komercyjnych, prywatnych nowych lokalach, gdzie jakość bywa średnia, ceny szybują dwa, trzy razy w górę.

DARIUSZ GIERYCZ

Wieści rynkowe

Opinie ekspertów

Mimo że sytuacja gospodarcza naszego kraju nie jest zła, mało optymistyczne informacje w mediach nie nastrajają Polaków na tyle pozytywnie, aby bez zastanowienia wydawali pieniądze. Konsument stał się rozsądnym nabywcą – ocenia w serwisie wyborcza.biz Magdalena Zimna z GfK Polonia. Ekspertka GFK Polonia uważa, że przedsiębiorcy starają się tym oczekiwaniom konsumentów wychodzić naprzeciw. Ale ich zachowań nie potrafią kontrolować. Po to, by ich przyciągnąć do sklepu i produktu, podejmują różne inicjatywy, a także organizują promocje. Tych promocji jest tyle, że konsument do nich przywykł – czytamy w serwisie wyborcza.biz.

Magdalena Zimna zwraca uwagę, że skutkiem ubocznym jest erozja marek i brak lojalności wobec sklepów – konsument robi zakupy tam, gdzie mu wygodnie lub gdzie jest atrakcyjna promocja. Przedstawicielka GFK twierdzi, że do powstania trendów konsumenckich, które niektórym detalistom psują dziś biznes, przyczynili się w dużym stopniu oni sami.

Detalistom nie pomagają nawet programy lojalnościowe. Jak wyjaśnia przedstawicielka firmy GFK kart na rynku funkcjonuje dużo, ale z naszych badań wynika, że posługujący się nimi konsumenci robią to niejako przy okazji. A więc robiąc zakupy w sklepie, który i tak by wybrali, bo sklep znajduje się blisko ich domu. Gdyby nawet karty lojalnościowej nie mieli, to i tak w tej hali robiliby zakupy. Z drugiej strony trochę w tych programach o to chodzi, żeby motywować do zakupów, ale także nagradzać stałych klientów.

Zdaniem Magdaleny Zimnej rynek stał się na tyle trudny, że zaczęły się desperackie próby dostosowania modelu biznesowego do różnorodnych oczekiwań klienta. Ponieważ zarządzający sieciami wiedzą, że współczesny konsument oczekuje zmiany, nowości, więc prowadzony przez siebie biznes próbuje udoskonalić, jakoś się wyróżnić. Owszem, konsumenci szukają różnorodności, ale nie należy brać tego zbyt dosłownie.

Według ekspert GFK z powodu braku zrozumienia nowego paradygmatu zakupowego nawet bardzo doświadczeni menedżerowie się gubią. Czasami wygląda to tak, jakby szefowie największych sieci detalicznych znaleźli się w pułapce własnej kreatywności. Okazuje się, że nie każdy nowy pomysł czy kosztowny remodeling sklepu to dobra droga do sukcesu.

Mali integrują się

– Duży format spowolnił. Mali się integrują, m.in. we franczyzie, ale nie tylko. Dobrze poczynają sobie różnego rodzaju porozumienia (detal-hurt, detal-hurt-producent itp.), grupa partnerskie, zakupowe, zorganizowane na współpracę w części kategorii (np. mięso, słodycze). To nie jest sieć sensu stricto, ale forma integrowania: ograniczania kosztów, logistyki, mechanizmu sieciowego, wsparcia konsultingowego etc. – mówił podczas marcowej konferencji " Handel niezależny i sieciowy w Polsce wobec wyzwań gospodarki opartej na wiedzy" dyrektor generalny POHiD, Andrzej Faliński. Marki własne są tworzone z hurtownikiem lub producentem bezpośrednio, przez kilkunastu producentów do hurtownika – dla kilkudziesięciu podmiotów detalicznych.

Gdzie rodzi się konkurencyjność? Coraz częściej w łańcuchu dostaw – tu można pewne rzeczy sfinansować wspólnie, to dotyczy większych graczy. Ma też swoje ciemne strony – to problem płatności, zaległe należności. Wykładnicze wzrosty obrotów w hurcie nie przekładają się na rentowność biznesu. Tam, gdzie uda się stworzyć mechanizm skali, uda się stworzyć zapasy, jeśli nie – trzeba kredytować działalność. Będzie przyspieszał proces konsolidacji hurtu, a to z kolei wymusi konsolidację detalu. Będzie coraz mniej placówek poniżej 100 mkw. – mówił Andrzej Faliński.

– Konkurencja jest zrównoważona wśród dużych sieci, ale najwięcej będzie się działo po stronie mniejszych podmiotów. Handel będzie szukał rentowności w eksporcie (tak jak Tesco w Wlk. Brytanii, Lidl). Konkurowanie łańcuchem będzie kluczowe.

Mały handel musi się organizować, jak np. Mazowiecka Grupa Kupiecka – jej działanie to „wygranie" kilku hurtowni, stworzyli sobie sami efekt skali – dodał dyrektor POHiD.

Ubywa nam konsumentów

W 2015 roku chce opuścić Polskę 1,275 mln obywateli – wynika z raportu Work Service "Migracje zarobkowe Polaków" z marca 2015 r. – informuje „Metro". W ten sposób liczba polskich emigrantów wzrosłaby do rekordowych 3 mln.

Główny kierunek to Wielka Brytania – jest już tam 642 tys. Polaków. Podstawowy wabik to praca i zarobki dużo wyższe niż w Polsce. "Chęć zarabiania lepiej" wymieniło aż 78 proc. Polaków, którzy planują wyjazd w ciągu najbliższych 12 miesięcy. Wśród innych powodów, dla których planujemy wyjazd, są: wyższy standard życia – 44 proc., większe perspektywy rozwoju zawodowego – 37 proc., brak odpowiedniej pracy w Polsce – 37 proc., możliwość podróżowania i zwiedzania świata – 35 proc., lepsza służba zdrowa – 29 proc. Polacy pracują nie tylko na przysłowiowym zmywaku, ale też w hotelarstwie, budownictwie, handlu. Wyjeżdżają inżynierowie, lekarze, specjaliści do opieki nad osobami starszymi m.in. pielęgniarki.

Emigrować chcą głównie młodzi. Aż 63 proc. gotowych do spakowania walizek nie przekroczyło 35 lat.

Minister za podwyżkami!

Polska nie może konkurować z krajami Europy Zachodniej czy innymi rywalami na rynku gospodarczym tanią siłą roboczą; nie będzie stabilnego i dobrego rozwoju kraju bez wzrostu wynagrodzeń; ten wzrost wynagrodzeń po prostu musi nastąpić – uważa minister pracy Władysław Kosiniak-Kamysz.

„Musimy konkurować innowacyjnością, starannością wykonania, precyzją i dobrymi pomysłami, a tego na pewno w Polsce nie brakuje " – podkreślił Kosiniak-Kamysz. Jak dodał, jeśli chodzi o oferty pracy "dobry czas dla polskiego pracownika już jest". "Za ilością miejsc pracy musi jednak iść ich jakość" – zaznaczył.

Minister wziął udział w publikacji V edycji badania Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) i UJ pt. "Bilans Kapitału Ludzkiego". Badanie dotyczy kompetencji zawodowych Polaków oraz monitoringu zmian zachodzących na rynku pracy od 2008 r.

Prezes PARP Bożena Lublińska-Kasprzak poinformowała, że uzyskane wyniki wskazują na wiele niepokojących zjawisk na krajowym rynku pracy. Wskazała tu m.in., że 80 proc. pracodawców poszukujących osób do pracy doświadcza znacznych trudności w znalezieniu odpowiednich pracowników. "Jeśli to dopasowanie się nie poprawi, to coraz trudniej będzie przedsiębiorcom budować innowacyjne firmy" – mówiła.

"Kolejnym niepokojącym trendem jaki obserwujemy jest to, że Polacy nie podnoszą swoich kompetencji" – dodała. Z badania wynika bowiem, że aż 63 proc. osób nie podejmowało żadnych działań związanych z rozwojem wiedzy, czy umiejętności.

Kosiniak-Kamysz ocenił, że prezentowane badanie jest "niezwykle cenne". "Ono pokazuje, czego oczekują dziś polscy pracodawcy – jakiego pracownika, z jakimi kompetencjami, wykształceniem i z jakimi umiejętnościami" – mówił. Według ministra pracownicy w Polsce nie będą mieli dobrej pozycji na rynku pracy, jeśli nie będą nieustannie podnosić swoich kwalifikacji. "Warto inwestować w kształcenie ustawiczne, w kształcenie przez całe życie" – mówił.

W podobnym tonie wypowiadała się wiceminister gospodarki Grażyna Henclewska. "Zdolność trwałego rozwoju i konkurowania posiada jedynie gospodarka oparta na: wiedzy, pracy wykonywanej przez ludzi o wysokich kwalifikacjach i posiadających stały dostęp do nowoczesnej wiedzy, efektywnie motywowanych i zarządzanych" – podsumowała.

Wzrost gazetek promocyjnych

Instytut badawczy ABR SESTA dokonał analizy strategii sieci handlowych pod względem wydawanych przez nie gazetek promocyjnych. Z badań wynika, że wszystkie monitorowane sieci w 2014 roku opublikowały razem ponad 5 tys. gazetek promocyjnych, co oznacza, że klienci otrzymywali tygodniowo około 100 gazetek. Zawierały one ogółem prawie 1,4 mln promocji. Najwięcej gazetek wydały supermarkety (1226), hipermarkety (695), sieci C&C (590), dyskonty (480) oraz drogerie (347).

W 2014 roku nastąpił wzrost liczby wydawanych gazetek w każdej z badanych sieci. Największy odnotowano w supermarketach oraz dyskontach. Wzrost ten wynika z dodatkowych ofert tematycznych lub skrócenia czasu obowiązywania promocji. Oferta tematyczna już nie tylko „podrzuca pomysły", ale również zachęca klienta do dodatkowych zakupów. Natomiast promocja, która trwa krócej niż dwa tygodnie, skłania do częstszych odwiedzin sklepu oraz zwiększa kontakt z marką sklepu.

– Sieci walczą o klienta i próbują to robić na różne sposoby. Gazetka promocyjna ma za zadanie przyciągnąć jego uwagę, zaprezentować asortyment dostępny w sklepie, zachęcić do zrobienia zakupów w sieci czy podkreślić unikatowość oferty. W gazetkach coraz częściej umieszczane są treści wychodzące poza typową promocję produktów tj. przepisy, wywiady, ciekawostki, podróże. Należy też wziąć pod uwagę, że oferty promocyjne to duże obciążenie dla sieci, ponieważ wiążą się m.in. ze zmianą ekspozycji, właściwym poziomem zatowarowania, czy zmianą w systemie kasowym – mówi Anna Ruman, wiceprezes instytutu badawczego ABR SESTA.

W 2014 roku nastąpił również niewielki wzrost udziału w powierzchni gazetek dla produktów FMCG wydawanych przez dyskonty (40%). Natomiast hipermarkety i supermarkety stawiały większy nacisk na produkty świeże.

– Asortyment promowany w gazetkach jest wypadkową tego, co dana sieć posiada w sprzedaży i tego, co chce klientowi przekazać na swój temat. Większość oferty stanowią produkty szybkorotujące, takie jak żywność paczkowana, kosmetyki, detergenty, itp. Rośnie również udział produktów świeżych na wagę – mięsa, wędlin, warzyw, owoców, serów i ryb, dodaje Anna Ruman.

Opr.red.

WSG Centrum

W dobrej kondycji

Marcowe Zebranie Przedstawicieli zakończyło cykl podsumowań minionego roku w Warszawskiej Spółdzielni Gastronomicznej Centrum. Omawiane na trzech poprzedzających je spotkaniach grup członkowskich wyniki finansowe i nakłady zostały poddane gruntownej analizie uwieńczonej wypracowaniem generalnych kierunków działania na bieżący rok. Sprawozdanie z działalności złożyła Rada Nadzorcza pracująca w obecnym składzie od maja ubiegłego roku. W ciągu niecałego roku odbyła ona 10 posiedzeń poświęconych szerokiemu spektrum spraw związanych z wynikami ekonomicznymi, analizą kosztów, rezultatami kontroli wewnętrznych, sprawami socjalnymi i strukturą etatową co zaowocowało 13 uchwałami.

Oceniając rok warszawskich spółdzielców gastronomików trzeba zaznaczyć, że WSG Centrum posiada stosunkowo duży majątek trwały w postaci budynków i lokali użytkowych co stanowi bezpieczną bazę dla stabilnego funkcjonowania. Pięć zakładów jest wydzierżawianych, w pięciu innych prowadzona jest własna działalność. A że o swoje dbać trzeba, te placówki gastronomiczne są cyklicznie modernizowane i na bieżąco doposażone w sprzęt i urządzenia bez zbędnych ograniczeń. I tu ważna rzecz – wszystkie te nakłady finansowane są ze środków własnych spółdzielni. Nie ma mowy o kredytach.

WSG kończy miniony rok na samych plusach. Planowany obrót wykonano w 103 procentach, marża i wpływy zamknęły się wynikiem 102,5 procenta, a wypracowany zysk brutto też przekroczył plan. Można więc było pozwolić sobie na wzrost płac o ponad 5 procent i zatrudnienia – o 3,25 etatu, a do tego przeznaczyć na akcję socjalną 451 000 zł.

WSG Centrum, mimo niełatwych dla spółdzielczości czasów, udaje się niezmiennie utrzymać w dobrej kondycji finansowej. Sprawdzone przez biegłego rewidenta sprawozdanie finansowe za 2014 rok oraz dokonana analiza sytuacji majątkowej i finansowej potwierdzają właściwe gospodarowanie majątkiem spółdzielni, co pozwala na kontynuowanie działalności w 2015 roku bez obawy o wystąpienie istotnych zagrożeń.

Tekst i foto:
JAROSŁAW ŻUKOWICZ

Komisja Historyczna WSS

Podsumowania i zamierzenia

20 kwietnia br. odbyło się posiedzenie Komisji Historycznej Warszawskiej Spółdzielczości Spożywców. Przewodnicząca Bolesława Ružalska powitała członków Komisji i zaproszonych gości: przewodniczącą Rady Nadzorczej „Społem" WSS Śródmieście Cecylię Przedpełską, redaktora naczelnego „Społemowca Warszawskiego" Dariusza Gierycza oraz zasłużonych działaczy Jolantę Jędrzejewską, Elżbietę Kaźmierską i Halinę Załuską.

Na wstępie dokonano uroczystego wręczenia listów gratulacyjnych

z wpisaniem do Księgi Zasłużonych Działaczy: Elżbiecie Kaźmierskiej z WSS Praga Południe, Jolancie Jędrzejewskiej i Halinie Załuskiej z WSS Śródmieście.

W imieniu działaczy zabrała głos pani H.Załuska, która wygłosiła wyrazy podziękowania za docenienie ich długoletniej pracy zawodowej i społecznej na rzecz rozwoju spółdzielczości spożywców.

Przewodnicząca Komisji złożyła sprawozdanie z działalności Komisji Historycznej za rok 2014. Komisja składa się z 11 osób: przewodnicząca Bolesława Ružalska, wiceprzewodniczący Juliusz Gerung, sekretarz Irena Chojnowska, społeczny kustosz Izby Pamięci Kazimierz Bendkowski, członkowie: Maria Strzelecka – WSS Praga Południe, Janina Kowalska – SS „Mokpol", Janusz Osiński –WSS Wola, Elżbieta Ziemak – PSS Legionowo,

Wacława Maj – PSS Otwock, Piotr Przybysz – PSS Pruszków, Hanna Wierzbowska – PSS Grodzisk Mazowiecki. Nadal brakuje przedstawicieli WSS Żoliborz i PSS Wołomin.

Komisja odbyła dwa zebrania plenarne i cztery posiedzenia prezydium. Zajmowała się następującymi sprawami:

– sprawowaniem opieki nad Izbą Pamięci, uzupełnianiem dokumentacji historycznej;

– prowadzeniem Honorowej Księgi Zasłużonych Działaczy. W roku 2014 wręczono dyplomy i wpisano do Księgi 2 działaczy z WSS Śródmieście: Barbarę Jurewicz i Andrzeja Kamińskiego;

– w ramach utrzymania kontaktu z zasłużonymi działaczami wysłano kartki okolicznościowe z życzeniami urodzinowymi do 18 osób, które ukończyły „okrągłe" lata 75, 80, 85 i więcej.

Otrzymujemy telefoniczne serdeczne podziękowania za pamięć, niejednokrotnie są to osoby samotne, którym nikt inny nie składa życzeń; – Komisja Historyczna bardzo aktywnie współpracuje z redakcją „Społemowca Warszawskiego". W posiedzeniach uczestniczy red. nacz. Dariusz Gierycz. Wspólnie zorganizowano konkurs dla czytelników p.n. „Przemiany 25-lecia w mojej spółdzielni i w moim życiu w latach 1989-2014". Na konkurs wpłynęły 3 prace, które będą prezentowane na łamach „SW"; – na wniosek Komisji Historycznej do Rady Nadzorczej i Zarządu Krajowego Związku „Społem" zorganizowano w dniu 1 października 2014r. w Sali im. Ireny Strzeleckiej wspaniałą uroczystość, na której uhonorowano prezesa Mariana Rapackiego w 130. rocznicę urodzin i 70. rocznicę jego śmierci. W gmachu Związku została odsłonięta tablica pamiątkowa z wizerunkiem M.Rapackiego i stosownym napisem;

– Komisja wystąpiła pismem do Krajowego Związku o reaktywowanie wydawania czasopisma „Społem" , które ma szczególną ponad 100-letnią historię. Red. D.Gierycz czyni starania i przeprowadza rozmowy z zarządami największych i najbogatszych spółdzielni o partycypowanie w kosztach. Zależy nam, aby pierwszy numer został wydany na Krajowy Zjazd „Społem" w listopadzie br.

Sekretarz Komisji I.Chojnowska przedstawiła Program działania Komisji Historycznej na rok 2015, który obejmuje wszystkie zadania wynikające z regulaminu. Przewodnicząca RN C.Przedpełska zgłosiła wniosek o opracowanie historii Spółdzielczego Domu Handlowego „Sezam" wybudowanego w roku 1969 z okazji 100-lecia warszawskiej spółdzielczości spożywców. Na miejsce wyburzanego obecnie starego „Sezamu" powstanie „Nowy Sezam".

Kustosz K.Bendkowski omówił działalność Izby Pamięci. W związku z 30. rocznicą jej uruchomienia, które miało miejsce 17 lipca 1985 roku, zostaną zmienione eksponaty w gablotach.

Red.D.Gierycz zachęcił do zwiedzania Muzeum Historii Spółdzielczości w Warszawie przy ul. Jasnej 1, które obecnie znajduje się w nowych przestronnych salach. Uroczyste otwarcie Muzeum przewidziane jest w Noc Kooperatystów z 16 na 17 maja br. w ramach tegorocznej Nocy Muzeów.

W dyskusji członkowie bardzo pozytywnie ocenili działalność Komisji Historycznej i program zadań na rok 2015, podkreślając różnorodność i celowość działania. W pełni poparli starania o wydawanie czasopisma „Społem", które zawsze było centralnym organem Związku „Społem".

IRENA CHOJNOWSKA

Na zdjęciu od lewej: Elżbieta Kaźmierska, Jolanta Jędrzejewska, Cecylia Przedpełska, Halina Załuska, Bolesława Ružalska.

Poradnik Handlowy

Mleczarze kontra Biedronka

Polska Izba Mleka i Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka skierowała do Ministra Rolnictwa Marka Sawickiego oraz Premier Ewy Kopacz pismo dotyczące skutków obniżania cen zakupu produktów mleczarskich przez sieci handlowe działające na polskim rynku.

– Z wielkim zaniepokojeniem obserwujemy działania międzynarodowych sieci handlowych, szczególnie JMP, właściciela sieci Biedronka. Polityka sukcesywnego, nieuzasadnionego żądania obniżania cen dostawcom produktów mleczarskich była przez nas sygnalizowana i podnoszona wielokrotnie. W ostatnich dniach te działania nasiliły się ponownie. Żądania natychmiastowego obniżania cen podstawowych produktów mleczarskich pojawiły się wraz z zakończeniem systemu kwotowania mleka. Zdaniem kierownictwa JMP uwolnienie rynku mleka spowodowało obniżkę cen na rynku europejskim. (...) – piszą przedstawiciele branży mleczarskiej.

Posiadane przez Izbę informacje m.in. z Europejskiego Obserwatorium Cen i Eurostatu odnośnie cen wskazują na odwrotną sytuację.

– Tymczasem od 1 kwietnia Biedronka zażądała od swoich dostawców produktów mleczarskich obniżenie cen średnio o 15-20 proc. od obecnie obowiązujących. Dla przykładu cena za 1 litr mleka ok. 1,44 zł, śmietanę 18 proc. ok. 1,32 zł, cena masła za 1 kg ok. 11 zł, zaś cena sera żółtego ok. 10 zł za kilogram – czytamy w piśmie Polskiej Izby Mleka i Polskiej Federacji Hodowców Bydła i Producentów Mleka.

– Nieuczciwe naszym zdaniem praktyki stosowane przez JMP stoją w sprzeczności z zachowaniem równowagi rynkowej. Są namacalnym dowodem wykorzystywania przewagi konkurencyjnej firmy JMP wobec polskich przetwórców – dodają przedstawiciele branży.

Stanowisko ministra

Gdybyśmy w grudniu stworzyli wspólną płaszczyznę sprzedażową, to sieci handlowe nie mógłby stosować instrumentu, którym próbują wymuszać obniżenie cen przez dostawców – powiedział na konferencji prasowej minister rolnictwa i rozwoju wsi Marek Sawicki. Odniósł się w ten sposób do ostatnich doniesień dotyczących żądań obniżenia cen produktów mleczarskich wystosowanych przez sieci handlowe.

Minister Sawicki zwrócił uwagę na konieczność większej współpracy pomiędzy przetwórcami, która może przyczynić się do poprawienia ich pozycji negocjacyjnej względem sieci handlowych. – Wierzę, że doświadczenie ostatniego tygodnia pozwoli na to, żebyśmy wspólnie budowali oferty sprzedażowe zgodne z przepisami krajowymi i unijnymi – dodał Sawicki. Przyznał również, że na początku tygodnia zaprosił przedstawicieli branży do wznowienia przerwanych w grudniu ubiegłego roku rozmów, dotyczących stworzenia przez producentów mleka wspólnych płaszczyzn sprzedażowych.

Zdaniem Marka Sawickiego, branża mleczarska może być poważnym partnerem sieci handlowych, jednak wewnętrzna konkurencja nie sprzyja poprawieniu pozycji producentów i przetwórców. Jak zauważył minister, przetwórcy nie mogą toczyć wyścigu o półkę sklepową. Szansą jest dla nich większa koncentracja.

Jak podkreślił Sawicki, gdyby zakłady przetwórcze były skoncentrowane w czterech większych grupach, to mogłyby być partnerami dla wielkich sieci handlowych. Obecnie jednak sieci zdają sobie sprawę z tego, że konkurencja pomiędzy mleczarniami stwarza im większe szanse na zarobek – i starają się to wykorzystać. Minister Sawicki zaapelował, aby przetwórcy ponownie podjęli rozmowy dotyczące stworzenia płaszczyzn sprzedażowych opartych bądź na podziale regionalnym bądź produktowym. W tak stworzonym koszyku znalazłyby się produkty wielu podmiotów.

W przekonaniu Marka Sawickiego, nie ma łatwego rozwiązania obecnego problemu. Przed laty pojawiły się co prawda pomysły regulowania wysokości marż, jednak z prawnego punktu widzenia nie jest to możliwe. – Jeżeli prawo unijne zabrania ustalania cen minimalnych, to także zabrania ustalania marż – zauważył.

Dodał również, że najprostszą sprawą jest, żeby sektor przetwórczy zaczął się w większym stopniu organizować. – Robią to Niemcy, robią to Holendrzy. Dlaczego mają tego nie robić Polacy? – pytał Sawicki. Podkreślił, że Holandia, będąca symbolem produkcji mleka, jest jednym z głównych odbiorców polskich produktów. To potwierdza, że jakością polscy przetwórcy mogą skutecznie konkurować z zachodnimi producentami.

Marek Sawicki zaznaczył, że wyższa jakość produktów powinna przekładać się na wysokość cen. W jego przekonaniu to producenci i handlowcy powinni zadbać, aby polska żywność była sprzedawana po cenach odzwierciedlających jej wartość.

Spółdzielcy protestują

Zachowanie wielkich sieci handlowych, to, co zaczynają robić, jest groźniejsze dla polskiego mleczarstwa niż embargo rosyjskie. Żądań sieci Biedronka, która domaga się natychmiastowego obniżenia cen produktów mleczarskich, nie można nazwać inaczej niż bezczelną arogancją – powiedział w rozmowie z serwisem portalspożywczy.pl Waldemar Broś, prezes Krajowego Związku Spółdzielni Mleczarskich.

– Rozmawiałem dzisiaj z prezesem największej polskiej mleczarni – Mlekovity. Dariusz Sapiński powiedział mi, że spółdzielnia z Wysokiego Mazowieckiego kategorycznie nie zgodziła się na żądania natychmiastowego obniżenia cen. Inne spółdzielnie także nie będą się zgadzać – powiedział Waldemar Broś. – Jak można żądać, mimo trwania wcześniej podpisanych umów handlowych, tak dużego obniżenia cen. Ponadto argumentem jest zniesienie kwot. Minęło dopiero kilka dni, jeszcze nie ma żadnych reakcji rynku, jeszcze nie ma żadnych wiarygodnych kalkulacji, jak rynek może się zachować. W tej sytuacji taka argumentacja to zwykła, niebywała arogancja i bezczelność – poskreśla Waldemar Broś. Nie można żądać obniżki cen w trzy dni! Po moim piśmie w tej sprawie, Biedronka zawiesiła sankcje, czyli nie zaprzestała współpracy z tymi dostawcami, którzy nie chcieli obniżyć cen – dodał.

Zdaniem prezesa Brosia, oczywiście produkcja może wzrosnąć zarówno w Polsce, jak i w Europie, a w konsekwencji, ceny mogą spaść, ale wcale nie musi się tak stać. Zwraca uwagę na stale rosnący popyt światowy na produkty mleczarskie. – Jeśli popyt będzie rósł, to nie będzie spadku ceny mleka, nawet, gdy produkcja wzrośnie – mówi szef KZSM. W jego opinii, współpraca z sieciami wymaga regulacji ustawowych. Zaznacza, że Biedronka nie chciała podjąć żadnej dyskusji merytorycznej. KZSM od trzech miesięcy proponuje zorganizowanie spotkania nt. nowej sytuacji na rynku. – Ze strony Biedronki nie było żadnego odzewu, nie otrzymaliśmy odpowiedzi na żadne wysłane pismo – podkreśla prezes KZSM.

Działanie sieci Biedronka wymaga zdecydowanych działań ze strony rządowej. Jeśli nie zdyscyplinujemy współpracy z handlem, a jedyną skuteczną formą byłaby regulacja ustawowa na wzór węgierski czy czeski. Handel zachowuje się nieprzyzwoicie – stwierdza prezes.

Niepewny rynek mleka

W kolejnych miesiącach ceny żywności powinny pozostać stabilne – rolnicy nie mają co liczyć na podwyżki w skupie. To wprawdzie dobra wiadomość dla konsumentów, ale w długiej perspektywie może to spowodować problemy producentów i ich wycofywanie z rynku, co z kolei odbije się na wzroście cen. Niewiadomą pozostają ceny mleka po zmianach na rynku mleka w UE.

– Jeżeli konsumenci się cieszą, to producenci zazwyczaj nie mają powodów do zadowolenia – wskazuje w rozmowie z agencją informacyjną Newseria Biznes Andrzej Kowalski, dyrektor Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej. – Przed sadownikami jest najgorszy okres. Ci, którzy nie musieli sprzedać produktów jesienią, zawsze czekali na okres wiosenny, ale w tym roku ceny jabłek spadają.

Jak podkreśla, korzystne warunki pogodowe w zimie spowodowały, że nowalijki są wcześniej, co oznacza niższe koszty ogrzewania. Perspektywy na najbliższe miesiące nie są jednak dla producentów żywności dobre.

Niskie ceny wprawdzie cieszą konsumentów, ale w dłuższej perspektywie mogą okazać się niekorzystne. Jak wyjaśnia Andrzej Kowalski, po długim okresie niskich cen część producentów wycofuje się z rynku, a inni ograniczają lub zupełnie likwidują nakłady na wydajność, efektywność i jakość. Na skutek tego w następnych miesiącach sytuacja odbija się również na konsumentach, którzy będą mieli mniejszy wybór i produkty gorszej jakości.– Im bardziej się przygnie tę trampolinę do dołu, tym wzrost cen po pewnym czasie może być wyższy niż w normalnych warunkach – przestrzega Kowalski. – Myślę jednak, że spadek cen podstawowych produktów rolnych zostanie wyhamowany, chociaż jest jeszcze sporo niewiadomych. Dotychczas pogoda była bardzo dobra. Ostatnie dni pokazują nieco inny obraz wiosny, nie tak bardzo sprzyjający, ale w sadach jest niezłe przezimowanie.

Jedną z niewiadomych jest rynek mleka. Od 1 kwietnia br. na terenie Unii Europejskiej nie obowiązują już limity produkcji mleka (tzw. kwoty mleczne). Wielu hodowców z niecierpliwością wyczekiwało zmian, kojarząc ograniczenia, szczególnie w ostatnich latach, z wysokimi karami finansowymi za ich przekroczenie. Inni z kolei woleli zostać przy starym systemie, obawiając się, że zupełnie wolny rynek przyniesie obniżki cen skupu.

Opr.red.

Poradnik sprzedawcy

Wzorcowe ekspozycje

Odpowiednia ekspozycja towaru może wpłynąć zarówno na wyniki sprzedaży jak i na komfort klienta w procesie podejmowania decyzji. Dobry visual merchandising nadaje ofercie sprzedażowej taką formę, by była jak najbardziej efektywna dla sprzedawcy i generowała zyski.

Im mniej, tym lepiej

Strategia ekspozycji, w myśl której półki uginały się od wielości produktów, dziś jest już nieaktualna. Sprzedawcy chcący pomnożyć swoje dochody ze sprzedaży powinni postawić na minimalizm ekspozycyjny. Badania Forbis Group pokazują prostą zależność między liczbą produktów na półce a jej wpływem na sprzedaż. Ekspozycja dwóch egzemplarzy tego samego produktu wygeneruje dodatkowe 23% ze sprzedaży, trzech zwiększy sprzedaż o 17%, a czterech już tylko o 14. – Należy unikać przekroczenia tzw. progu ekspozycyjnego – potwierdza Adam Beniowski z Pro Business Solutions. I podaje przykład jednej z sieci, gdzie asortyment 6 tysięcy produktów zredukowano do 1,5 tysiąca. – Po tym zabiegu średnia marża wygenerowana na jednym produkcie wzrosła aż o 40% – dodaje Adam Beniowski.

Dzisiejsi sprzedawcy rozumieją wpływ aranżacji sklepu na wyniki sprzedażowe. – Współczesne wystawiennictwo powinno być ciekawe, intrygujące, niekiedy też przewrotne. Zmianę ekspozycji należy zacząć od witryny, która powinna zaintrygować klienta na tyle, aby nakłonić go do wejścia – radzi Mateusz Laskowski, architekt oraz dyrektor operacyjny Forbis Group. – Przestrzenie wystawowe bez koncepcji aranżacyjnej zniechęcają konsumentów do odwiedzin sklepu – dodaje Marcin Powierza, dyrektor zarządzający Forbis Group. Wygląd witryny powinien być również często zmieniany – najlepiej raz na dwa tygodnie. W dzisiejszym handlu inwestycja w visual merchandising, i szerzej w shop concept, to działanie stricte prosprzedażowe. Zindywidualizowane, bo do specyfiki danej branży i jej klientów podchodzi się jednostkowo, rozważając z jednej strony potrzeby sprzedawcy, z drugiej – potencjalnego nabywcy produktów. Za każdym projektem stoją dogłębne analizy preferencji klientów. To czyni sklepy niepowtarzalnymi.

Porządek przede wszystkim

Zdaniem ekspertów nie ma nic gorszego niż chaos panujący we wnętrzu sklepu. O taki efekt nietrudno, kiedy nieumiejętnie i przypadkowo ustawia się towary. Brak taktyki co do ekspozycji i sposobu prezentacji towarów jest zgubny we wszystkich branżach. W butikach z odzieżą, przykładowo, wrażenie nieporządku może być spowodowane niejednolitymi regałami czy wieszakami. Odpowiednia segregacja towaru wprowadzi do wnętrza porządek i da większą przejrzystość asortymentu.

Wyspa z produktami to pierwszy element na ścieżce klienta. Ekspozycja towarów w tym miejscu musi zachęcić do przejścia w głąb sklepu. Każdy kolejny krok klienta musi być jednak szanowany. – W dzisiejszych czasach wszyscy są zabiegani, chcą móc błyskawicznie podejmować decyzje i oczekują, że usługodawca im to ułatwi. Na przykład w salonach odzieżowych panuje trend total look'u, czyli eksponowanie odzieży w taki sposób aby klient miał możliwość zapoznania się z kompletną ofertą asortymentową - od butów, poprzez spodnie, sukienki i bluzki do nakryć głowy i akcesoriów. To wyjście naprzeciw oczekiwaniom klientów – tłumaczy Mateusz Laskowski z Forbis Group.

Profesjonalizm w cenie

To, jaki trend w prezentacji produktów panuje obecnie, najlepiej wiedzą specjaliści. – Podczas projektowania ekspozycji w sklepie dobrze jest stosować się do zasad drzewa decyzyjnego kupującego – mówi Adam Beniowski z Pro Business Solutions. – Odzwierciedla ono algorytm decyzji zakupowych podejmowanych przez klienta. Takie drzewo tworzy się na postawie wyników badań i analiz marketingowych.

Czy dobrą ekspozycję można stworzyć samemu? Eksperci są w tej sprawie zgodni: visual merchandising warto powierzyć profesjonalistom. – W tej kwestii należy myśleć wielopłaszczyznowo, wyjść z pozycji właściciela sklepu i wczuć się w rolę konsumenta. Ponadto, trzeba znać ścieżkę zakupów klienta, wzór podejmowania decyzji oraz prawidłowo identyfikować bodźce, które wpłyną w pożądany przez nas sposób na kupującego – tłumaczy Marcin Powierza, Forbis Group. Dobra ekspozycja ma olbrzymie znaczenie. Niezależnie od oferty każdy sprzedawca chce pozyskać klienta i być beneficjentem jego decyzji zakupowych. Handlowiec ma jeden cel: by klient wyszedł ze sklepu z większą liczbą produktów niż zamierzał. Realizacja tego celu jest w dużej mierze zdeterminowana przez visual merchandising. Koszty takiej usługi to od kilku do kilkunastu tysięcy złotych. Z punktu widzenia świadomych handlowców jest to jednak inwestycja, która szybko się zwróci. /portal dlahandlu.pl 17 kwietnia 2015/.

Opr.red.

Poradnik kierownika

Jak zwiększyć sprzedaż?

Tytułowe pytanie codziennie powinno pojawiać się w głowie każdego kierownika sklepu. Ale czy aby na pewno pamiętamy o priorytetach jako kierownicy? Czy często nie popadamy w rutynę, ulegamy codziennym nawykom, wykonując kolejne czynności bez chwili zastanowienia?

Co mogę zrobić dzisiaj w moim sklepie, aby klienci kupowali więcej?

Oczywiście można wyróżnić wiele sposobów na zwiększenie sprzedaży. Chcę dzisiaj skupić się na generowaniu zysków ze stoiska owocowo-warzywnego, które często w sklepach jest przysłowiową „kulą u nogi" i generatorem strat finansowych (w mentalności kierowników i sprzedawców). Moim celem jest przekonanie ciebie, że stoisko to jest niczym innym, jak potężnym narzędziem do zwiększania obrotów.

Stoisko owocowe Społem PSS Robotnik w Zamościu Sklep Nr 25 ul. Hrubieszowska 30 a

Po co jest stoisko owocowo-warzywne?

Wydawać by się mogło – głupie pytanie, prawda? Przecież każdy to wie... Rozmawiając jednak z pracownikami sklepu, spotkałam się z opiniami typu „Stoisko owocowo-warzywne jest, bo przecież tak się już utarło" czy „Według mnie jest niepotrzebne, w końcu za rogiem znajduje się targ". Są i tacy, którzy uważają, że ZADANIEM STOISKA JEST PRZYCIĄGANIE KLIENTA!

Kto ma rację? Oczywiście w pewnej mierze każdy, natomiast wszystko zależy od tego, gdzie widzimy nasz sklep za 5, za 10 lat. Jak wygląd i zatowarowanie naszego stoiska odbije się na liczbie klientów? Zmaleje, wzrośnie? Przejdźmy zatem do rzeczy.

Stoisko owocowe Społem PSS Robotnik w Zamościu Sklep Nr 24 ul. Okrzei 31

Stoisko owoce-warzywa jest wizytówką każdego sklepu, a jego zadaniem jest pobudzenie apetytu na inne grupy towarowe. Jeżeli chcesz zwiększyć sprzedaż w swoim sklepie, wprowadź 6 zasad zarządzania stoiskiem owocowo-warzywnym:

Zasada nr 1: W każdym sklepie powinna być osoba odpowiedzialna za stoisko.

Ważne zadania dla sprzedawców zarządzających stoiskiem warzywnym:

- zraszanie produktów czystą wodą,
- utrzymywanie czystości na stoisku i wokół niego (przynajmniej raz w tygodniu mycie półek i pojemników),
- sprawdzanie i uaktualnianie oznaczeń cenowych,
- kontrola świeżości i wybieranie asortymentu kwalifikującego się do przeceny – WAŻNE!,
- zapewnienie ciągłości sprzedaży asortymentu – jeżeli zabraknie, należy natychmiast dołożyć brakujące produkty,
- bieżące uzupełnianie zapasu reklamówek do pakowania warzyw i owoców. Klient zawsze musi mieć do nich swobodny dostęp,
- dbanie o czystość miejsca wokół wagi. Mało kto zdecyduje się na zakup, jeżeli będzie musiał zważyć produkt na brudnej wadze.

Zasada nr 2: Obfitość i świeżość na stoisku – uwagę klientów przyciąga ilość i jakość.

Zasada nr 3: Ekspozycja warzyw i owoców.

- Warzywa i owoce powinny być eksponowane w pojemnikach lub średnio głębokich skrzynkach umieszczonych na stabilnym stojaku lub regale.
- Ekspozytury powinny być pochylone pod kątem zapewniającym klientowi obserwację całej powierzchni towaru umieszczonego w pojemniku.
- Najlepszym kolorem pojemnika lub skrzynki jest kolor zielony. Daje on wrażenie świeżości i bliskości z naturą.
- Warzywa korzenne (np. ziemniaki, marchew, pietruszka, seler, cebula) możemy eksponować w skrzynce drewnianej z tzw. "ruchomym dnem".

Zasada nr 4: Przemienność kolorystyczna.

Zasada nr 5: Grupowanie owoców i warzyw.

Zasada nr 6: Sezonowość na stoisku owocowo-warzywnym.

Wiosna: sałata, rzodkiewka, młoda kapusta i młody kalafior

Lato: brzoskwinie, nektarynki, arbuz, pomidory, ogórki

Jesień: jabłka, gruszki, śliwki, papryki polskie

Zima: owoce cytrusowe

To już wszystko, jeśli chodzi o ekspozycję warzyw i owoców. Pewnie pierwsza myśl, jaka nasuwa się Państwu to zwrot „Ja to wiem...". Oczywiście, wielu z Państwa posiada niezbędną wiedzę na temat zarządzania stoiskiem owocowo-warzywnym. Często jednak zapominamy o egzekwowaniu zasad, ulegając przyzwyczajeniom i nawykom.

Zachęcam do zaryzykowania i wprowadzenia pewnych zmian i ulepszeń. Gwarantuję, że przełoży się to na znacznie lepsze wyniki sprzedażowe. Moje słowa potwierdzi również Renata Margol, kierownik sklepu nr 25 w Społem Zamość. To uprzejma, miła i ciepła, a jednocześnie bardzo zdecydowana oraz konkretna osoba, która z roku na rok poprawia sprzedaż w swoim sklepie, zatrudniając 21 osób. Oto jej definicja wzrostu sprzedaży na stoisku owocowo-warzywnym:

„... Jak zwiększyć sprzedaż? To proste – wprowadzić większą ilość w myśl zasady obfitości (bo dużo sprzedaje dużo), zadbać o świeżość i szeroki asortyment, ładną ekspozycję i promocje na weekend."

Bardzo dziękuję pani prezes Marii Wawrzaszek-Gruszka za możliwość udostępnienia zdjęć i rozmowy z kierownikiem sklepu Renatą Margol.

MARZANNA NIKLIBORC –profesjonalneszkolenie.pl

Poradnik konsumenta

Dla wzmocnienia roli konsumenta

Jak podała 13 kwietnia br. PAP, premier Ewa Kopacz poinformowała, że zdecydowała o wzmocnieniu UOKiK, by szybciej i skuteczniej chronić konsumentów na rynku finansowym. Służyć temu będzie m.in. przekazanie UOKiK 5 mln zł z rezerwy budżetowej i nowela ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. "Podjęłam decyzję o wzmocnieniu finansowym i instytucjonalnym UOKiK, aby szybciej i skuteczniej chronić konsumentów na rynku finansowym" – podkreśliła premier, która uczestniczyła w jubileuszowej sesji z okazji 25-lecia UOKiK i funkcjonowania prawa konkurencji w Polsce.

Na najbliższe dni zapowiedziała podpisanie decyzji o przekazaniu Urzędowi 5 mln zł z rezerwy budżetowej na wzmocnienie ochrony klientów na rynku finansowym, a także skierowanie do konsultacji projektu noweli o ochronie konkurencji i konsumentów, który wzmacnia ochronę konsumentów usług finansowych. Premier wskazała ponadto, że rząd zajmie się projektem ustawy o działalności ubezpieczeniowej, który powstał w reakcji na problemy wywołane sprzedażą tzw. polisolokat. Przypomniała też, że trwają prace nad tzw. ustawą antylichwiarską regulującą pozabankowy rynek pożyczkowy.

W swoim wystąpieniu szefowa rządu oceniła, że UOKiK po 1989 roku odegrał kluczową rolę w tworzeniu społecznej gospodarki rynkowej, nastawionej przede wszystkim na dobrobyt konsumenta. "Państwo musi aktywnie tworzyć przestrzeń dla rynku i przedsiębiorczości, poprzez demonopolizację i aktywną, opartą o twarde prawo, politykę ochrony uczciwej konkurencji" – zaznaczyła. Według premier na przykładzie UOKiK, z perspektywy 25 lat, widać, jak ważne było na początku polskiej transformacji stworzenie sieci instytucji, bez których nowoczesna demokracja, oparta o wolny rynek oraz o poszanowanie praw obywatelskich i konsumenckich, nie mogłaby prawidłowo funkcjonować.

„W moim przekonaniu istnienie tego ładu od samego początku transformacji jest jednym z zasadniczych powodów, dla których polska gospodarka okazała się dynamiczna i coraz bardziej konkurencyjna na globalnym rynku. Dla twórców Urzędu od początku było jasne, że to konsumenci, czyli obywatele, mają być beneficjentami konkurencji pomiędzy przedsiębiorcami, i że ingerencje Urzędu powinny uwzględniać nie tylko abstrakcyjne korzyści gospodarcze, ale także – albo przede wszystkim – dobro konsumentów" – podkreśliła Kopacz.

Zwróciła też uwagę, że UOKiK przywiązuje dużą wagę do spraw konsumenckich, które traktuje na równi z działaniami stricte antymonopolowymi. "Tu należy wyrazić szacunek dla dalekowzroczności polskich autorów koncepcji – połączenia misji ochrony konkurencji i konsumentów w jednej instytucji, co dokonało się w 1996 roku" – podkreśliła.

Wymieniony przez szefową rządu projekt noweli ustawy o UOKiK ma umożliwić przede wszystkim szybsze reagowanie na nieprawidłowości pojawiające się na rynku usług finansowych. Chodzi o oferowanie produktów w sposób wprowadzający w błąd lub sytuacje, gdy produkt jest niedostosowany do możliwości lub potrzeb klienta – tzw. misselling.

Kolejny wskazany projekt, dot. ustawy o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej ma na celu dostosowanie obowiązków ubezpieczycieli do regulacji unijnych dotyczących m.in. ich wypłacalności. Zmiany mają też zapewnić większą ochronę klientów firm ubezpieczeniowych.

Ostatnia z regulacji – projekt noweli ustawy o nadzorze nad rynkiem finansowym, Prawa bankowego oraz w niektórych innych ustaw – czyli projekt tzw. prawa antylichwiarskiego ma m.in. ukrócić lichwiarskie odsetki pobierane przez firmy pożyczkowe.

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów powstał w 1990 roku jako Urząd Antymonopolowy. Po przełomie politycznym w roku 1989, kiedy gospodarka oparta została na mechanizmach wolnego rynku, 24 lutego 1990 roku uchwalono ustawę o przeciwdziałaniu praktykom monopolistycznym.

Niższe ceny żywności zachęcają do większych zakupów. W tym roku Polacy zjedzą więcej mięsa, ryb i cukru – pisze "Rzeczpospolita".

Jak podaje "Rz", w 2015 roku – tak jak w poprzednim – możliwy jest spadek cen produktów spożywczych. W 2014 r. po ponad dekadzie wzrostów średni poziom cen żywności zmalał o 0,9 proc. W najnowszej prognozie IERiGŻ zakłada, że w tym roku zapłacimy za żywność i napoje bezalkoholowe o 0,5–0,7 proc. mniej niż w ubiegłym roku, a ceny mogą zacząć rosnąć najwcześniej w trzecim kwartale tego roku. Spadku o 1,5 proc. rok do roku spodziewa się natomiast Bank Pocztowy.

Wpływy spadku cen na zwiększenie popytu widać szczególnie w przypadku cukru. W tym roku jego spożycie może wzrosnąć do 44,5 kg na osobę wobec 43,6 kg w 2014 r. – prognozuje IERiGŻ. Niższe ceny sprawiły także, że znów kupujemy więcej wieprzowiny. W tym roku możemy zjeść jej 39,5 kg, o cały 1 kg więcej niż w 2014 r. Po załamaniu popytu w 2012 r. do łask konsumentów wracają ryby. W tym roku zjemy ich wraz z przetworami 13,5 kg na osobę. W ubiegłym roku było to 13,3 kg, a trzy lata temu 11,7 kg – czytamy w "Rz".

Piwosze niechętni markom własnym

Konsumenci piwa kupują bardzo mało produktów pod markami własnymi sieci detalicznych, mniej niż w innych kategoriach rynku FMCG – ocenia client director w firmie badawczej Nielsen, Marcin Cyganiak. Podkreśla on, że dynamika sprzedaży piw pod markami własnymi sieci była ujemna i wyniosła w 2014 roku wobec 2013 roku -6,3 proc. pod względem wolumenu oraz -6,0 proc. pod względem wartości. Jeśli chodzi o produkty markowe to w tym samym czasie dynamika sprzedaży wyniosła +1,4 proc. pod względem wolumenu oraz -0,3 proc. pod względem wartości.

W 2014 roku branża piwowarska zanotowała wartościowy spadek sprzedaży na poziomie 0,6 proc., a rynek piwa w Polsce była wart około 15 miliardów złotych. Natomiast ilościowo rynek zanotował niewielki wzrost na poziomie 0,8 proc. W 2014 roku produkcja piwa w Polsce wzrosła o 0,8 proc., a browary wyprodukowały łącznie 39,87 miliona hektolitrów piwa. W 2013 roku spożycie piwa w Polsce spadło o ok. 2,0 proc. do 37,2 miliona hektolitrów.

Mięso bez glutenu

Firma Gzella dołączyła go grona zakładów mięsnych oferujących swoim klientom wędliny bez glutenu. Zakład wprowadził cztery nowe wędliny bez glutenu: „Polską z Kociewskiej Wędzarni", „Kabanosy Biesiadne", „Serdelki z Borów", oraz „Kruchą Kmicica". Liczba firm produkujących wyroby bez glutenu wciąż rośnie. W branży mięsnej liderami tego rynku są firmy związane z przetwórstwem drobiu, m.in. Konspol, Drosed, Drobimex, Indykpol i Profi. Jednak także zakłady specjalizujące się w wędlinach z mięsa czerwonego, jak np. ZM Nowak, Chrzanowska Manufaktura Wędlin czy ZM Nove, coraz częściej decydują się na linie oznaczone znakiem „przekreślonego kłosa". Teraz dołączyła do nich firma Gzella.

Według danych agencji Mintel, w 2013 roku wartość sprzedaży produktów bezglutenowych szacowana była na poziomie 10,5 mld USD, a w latach 2011-2013 wzrost wartości tego rynku wyniósł 44 proc.

Wołowiny mniej

Polacy z roku na rok konsumują coraz mniej wołowiny. W latach 60. spożycie było na poziomie 18-19 kg, w związku z pojawieniem się choroby BSE w latach 90. spadło do ok. 6 kg. A dziś wynosi niespełna 1,6 kg – informuje na portalu dlahandlu.pl dr hab. prof. SGGW Agnieszka Wierzbicka, kierownik projektu ProOptiBeef.

Wynika to z braku świadomości na temat walorów odżywczych wołowiny, ale również z jej stosunkowo wysokiej ceny i wciąż niejednolitej jakości. Polacy kupują wołowinę na specjalne okazje i chcą mieć wtedy pewność, że przygotowana z niej potrawa będzie miała wyjątkową jakość i smak. Jednocześnie warto podkreślić, że wołowina nie toleruje nastrzykiwania solanką czy wodą, staje się wtedy nieatrakcyjna wizualnie. Dlatego też kupując to mięso mamy pewność, że nie zostało ono niczym nastrzyknięte. Takiej pewności nie mamy już przy żadnym innym rodzaju mięsa.

Błędem zakładów produkcyjnych jest brak standardów i nie wprowadzanie systemu jakości mięsa wołowego QMP, który gwarantuje powtarzalną jakość na każdym etapie produkcyjnym – uważa dr. Wierzbicka. W ramach badań okazało się, że Polacy większą wagę przywiązują do smaku i zapachu, następnie liczy się wygląd, kruchość i soczystość. Dla porównania, Australijczycy jako najważniejsze kryterium uznają kruchość, smak i zapach, a na końcu soczystość i wygląd ogólny. Celem projektu ProOptiBeef jest dostarczenie polskim konsumentom takiego produktu, który będzie za każdym razem spełniał ich oczekiwania.

Opr. Red.

HANDEL 2015

Korzyści zdrowotne

Polscy konsumenci coraz bardziej dbają o swoje zdrowie, zwracając większą uwagę na codzienne wybory żywieniowe i poszukując produktów, które dostarczają korzyści zdrowotnych. Badania zachowań konsumentów prowadzone przez firmę Mintel pokazują, że w wielu kategoriach polscy konsumenci domagają się produktów korzystniejszych dla zdrowia – pisze portalspozywczy.pl.

Ponad siedem osób na dziesięć życzyłoby sobie większego wyboru prozdrowotnych batonów zbożowych, a ponad sześć osób na dziesięć twierdzi, że warto zapłacić więcej za masło/produkt do smarowania, który ma dobroczynny wpływ na zdrowie. 65 proc. badanych pije soki i napoje owocowe lub koktajle dla zdrowia. Ponadto, coraz większym zainteresowaniem cieszą się składniki wspomagające utrzymanie prawidłowej masy ciała, takie jak białko: przykładowo 66 proc. konsumentów chętnie spróbowałoby pieczywa wysokobiałkowego.

– Porównanie powyższych danych statystycznych z innymi krajami Europy Zachodniej pokazuje, że wśród Polaków panuje ponadprzeciętne zapotrzebowanie na produkty korzystne dla zdrowia i często kierują się oni względami zdrowotnymi przy wyborze żywności – ocenia firma Mintel w raporcie.

Zainteresowanie zdrową żywnością i napojami przekłada się również na nowe zwyczaje zakupowe. Konsumenci chętniej odwiedzają sklepy ze zdrową żywnością, gdyż oferują one szeroki wybór produktów opatrzonych takimi etykietami jak: organiczne, naturalne, bezglutenowe, bezlaktozowe, funkcjonalne czy light. To z kolei napędza dynamiczną ekspansję czołowych graczy rynkowych, takich jak sieć Organic Farma Zdrowia prowadzona przez firmę Organic Farma Zdrowia S.A.

Polski rynek spożywczy jest pod ogromnym wpływem rosnącego znaczenia zdrowia i dobrego samopoczucia. Producenci coraz częściej korzystają z tego trendu, jak również dalej go promują, i dlatego rozszerzają swój asortyment o nowe produkty oferujące konkretne korzyści zdrowotne lub podkreślają naturalność swojego dotychczasowego asortymentu.

Regularnie zwiększa się w Polsce wybór produktów spożywczych i napojów, które opatrzone są oświadczeniami zdrowotnymi. Oświadczenie „nie zawiera dodatków/konserwantów" okazuje się być szczególnie popularne, gdyż pojawiło się ono na 16 proc. produktów wprowadzonych na rynek w 2013 roku. Konsumenci często kojarzą powyższe oświadczenie z prostotą oraz uznają takie produkty za mniej przetworzone. To z kolei zachęca producentów do podkreślania naturalności swoich produktów, promując informację, że w produkcji wykorzystuje się ograniczoną liczbę składników, bez sztucznych i/lub szkodliwych dodatków.

Oświadczenie o niskiej/braku/ ograniczonej zawartości cukru również zyskuje popularność w Polsce, gdyż coraz więcej konsumentów pragnie ograniczyć cukier, aby zmniejszyć dzienne spożycie kalorii. Trend ten rozwijają producenci, coraz szerzej wykorzystując w zastępstwie słodziki, zarówno sztuczne, jak i naturalne.

Polscy konsumenci są coraz bardziej skłonni wypróbowywać nowości i wzbogacać swoją codzienną dietę o nowe produkty; zatem potencjał rozwoju w zakresie nowości związanych ze zdrowiem i dobrym samopoczuciem zdaje się dosyć znaczny. Media odgrywają istotną rolę w promowaniu trendu zdrowego odżywiania, który powinien przyczynić się do zachęcenia większej liczby Polaków do zmiany swoich nawyków żywieniowych i starań w kierunku prowadzenia zdrowego i zrównoważonego stylu życia.

Mintel oczekuje, że nowe korzystne dla zdrowia produkty będą w dalszym ciągu występować we wszystkich kategoriach spożywczych. Firma ocenia, że potrzebne jest dalsze promowanie zdrowego stylu życia, by rozszerzyć istniejącą bazę konsumentów kupujących zdrową żywność i napoje.

– Chociaż słowo „naturalne" to nadal dość ogólnikowe stwierdzenie, przewiduje się, że przyciągnie ono o wiele więcej zwolenników, biorąc pod uwagę autentyczność i prostotę, której poszukują w produktach konsumenci – podkreśla Mintel.

Co czwarty internauta robi zakupy spożywcze w sieci – podaje dlahandlu.pl 18 kwietnia. Średnio polscy internauci płacą za zakupy spożywcze w sieci 70 zł. To niemal dwa razy więcej niż przed rokiem i trzy razy więcej niż dwa lata temu. Średnio miesięcznie polscy internauci płacą za zakupy spożywcze w sieci 70 zł – wynika z raportu przygotowanego przez firmę Gemius dla e-Commerce Polska.

Jak wynika z najnowszych badań polskiego rynku e-commerce, zakupy spożywcze w sieci robi 24 proc. internautów. Więcej kobiet (26 proc.) niż mężczyzn (23 proc.). Najczęściej są to internauci z wykształceniem wyższym (29 proc.), którzy postrzegają swoją sytuację materialną jako co najmniej średnią (49 proc.).

– Jeszcze dwa lata temu doświadczenie z zakupami spożywczymi w sieci deklarowało 8 proc. internautów, a rok temu 13 proc. W tym roku co czwarty internauta przyznał, że kupując żywność korzysta z e-sklepów, a co trzeci zamierza to zrobić w przyszłości – mówi Mateusz Gordon, ekspert od e-commerce firmy Gemius. – To z jednej strony szansa dla polskich e-przedsiębiorców, sprzedających żywność przez internet, ale też nie lada wyzwanie. Przewagę konkurencyjną mają szansę zyskać ci, którzy będą bacznie śledzić ruchy konkurencji, porównywać się do niej, ale też dostosowywać strony www do potrzeb e-klientów – uważa Gordon.

Badanie dostarcza również informacji o tym, ile miesięczne polscy internauci wydają na produkty spożywcze w sieci. Okazuje się, że średnio 70 zł., przy czym mężczyźni wydają 93 zł., a panie 52 zł.

Opr.red.

MAH „Społem"

Wizyta w Tychach

W dniach 20 i 21 kwietnia br. grupa pracowników Spółdzielni Spożywców Mokpol, „Społem" PSS w Wyszkowie i „Społem PSS" w Otwocku oraz przedstawiciel Mazowieckiej Agencji Handlowej zwiedzali TYSKIE BROWARIUM – muzeum przy Browarach Książęcych w Tychach. Była to nagroda za wygraną w konkursie MAHomania X z firmą Kompania Piwowarska, który odbywał się w roku 2014.

Uczestnicy mogli zobaczyć ciągle działającą historyczną część zakładu z zabytkową warzelnią i kompleksem pięknych budynków z czerwonej cegły – browar nazwany jest Perłą Architektury Śląskiej. Obok historycznej części browaru znajduje się nowoczesny zakład, którego praca przy produkcji (butelkowanie i puszkowanie) piwa również była etapem zwiedzania. Kończąc zwiedzanie każdy z uczestników mógł spróbować produkowanego w Książęcym Browarze piwa marki Tyskie oraz otrzymał w prezencie charakterystyczne otwieracze w kształcie butelek.

MACIEJ FILIPOWICZ

● Prawo na co dzień ● Prawo na co dzień ●

Korzystne zmiany w ustawie emerytalnej

Ustawa z 5 marca 2015 r. o zmianie ustawy o emeryturach i rentach z Funduszu Ubezpieczeń Społecznych wprowadza korzystne zmiany dla obecnych i przyszłych emerytów:

1. Na podstawie zmian, które wejdą w życie po podpisaniu ustawy przez Prezydenta, ZUS będzie mógł zastosować do obliczenia świadczenia na nowych zasadach po ukończeniu powszechnego wieku emerytalnego na podstawie tablicy trwania życia obowiązującą w dniu, w którym ubezpieczony osiągnął powszechny wiek emerytalny, nawet jeśli z wnioskiem o przyznanie emerytury wystąpił w okresie, w którym obowiązywała już nowa tablica trwania życia.
2. Okresy opieki nad dziećmi będą liczone jak okresy składkowe - nowelizacja wprowadziła przepis przewidujący, iż przy obliczaniu kapitału początkowego okresy opieki nad dzieckiem (urlopy wychowawcze) będą liczone wskaźnikiem 1,3% podstawy wymiaru za każdy rok tych okresów, a więc tak jak wszystkie okresy składkowe. Nowelizacja przewiduje, że nowe zasady uwzględniania okresów opieki znajdą zastosowanie również w tych sprawach, w których kapitał początkowy został już obliczony. ZUS ustali ten kapitał ponownie na wniosek osoby zainteresowanej, przeliczając również emeryturę (jeśli ta została już wcześniej przyznana i obliczona). W przypadku gdy ustalony kapitał początkowy nie został jeszcze uwzględniony w emeryturze, a osoba zainteresowana nie wystąpi z wnioskiem o jego ponowne ustalenie według zasad wprowadzanych omawianą nowelizacją, ZUS z urzędu dokona jego przeliczenia w momencie przyznania emerytury.
3. Przy obliczaniu emerytury będzie uwzględniany okres studiów - nowelizacja ustawy emerytalnej zawiera regulację, która utrzymuje zasadę ograniczenia okresu nauki w szkole wyższej do 1/3 okresów nieskładkowych, ale zakres uwzględnianych w tym przypadku okresów składkowych rozszerza o przypadające również po 31 grudnia 1998 r., a przed dniem zgłoszenia wniosku o emeryturę. Z nowej regulacji będzie można jednak skorzystać dopiero w momencie przejścia na emeryturę obliczaną według nowych zasad (w powszechnym lub w obniżonym wieku emerytalnym). Nowelizacja przewiduje, że okresy nauki w szkole wyższej ustalone na nowych zasadach zostaną doliczone do okresów nieskładkowych dopiero przy ustalaniu wysokości takiej emerytury.

Ustawa wejdzie w życie pierwszego dnia miesiąca następującego po miesiącu ogłoszenia.

Opracowała:
MONIKA BOBKE

CO PISZĄ INNI?

Mali dbają o jakość

Z danych Konfederacji Lewiatan wynika, że gospodarstwa domowe coraz chętniej robią zakupy poza dużymi sieciami handlowymi. Potwierdza to wzrost sprzedaży żywności, napojów i wyrobów tytoniowych o 7,5 proc. i relatywnie mniejszy wzrost sprzedaży właśnie w hiper– i supermarketach. Wygląda na to, że Polacy przywiązani są do częstych, drobnych zakupów w osiedlowych sklepach.

To właśnie przede wszystkim takie sklepy zaopatrują hurtownie zlokalizowane m.in. na Praskiej Giełdzie Spożywczej. Mimo osłabienia rynkowej koniunktury w ostatnim roku, wciąż sobie radzą. Kluczem ich sukcesu jest postawienie na jakość.

– Nie narzekamy. Klienci są zadowoleni z naszego towaru, bo celujemy w nieco wyższą półkę. Nas nie interesuje to co tanie. Stawiamy na sprawdzonych dostawców, takich jak: Sokołów, Nikma co liczyć na szybki spadek cen zaraz po świętach. – Kilka dni po świętach mamy długi weekend majowy. Prawdopodobnie cyklicznie do świąt mięso będzie drożało, ceny zostaną utrzymane przez majówkę i dopiero potem może spadną – ocenia Artur Teodorczyk.

Dalsza przyszłość na tym rynku niestety jest jeszcze bardziej niepewna. Wszystko przez ASF i embargo, które wprowadziła Rosja na import mięsa wieprzowego z całej Unii Europejskiej. W ślad za nią, takie kraje jak Chiny, Japonia i Korea, blokowały import z Polski. Niektórzy eksperci już wieszczą, że wiele producentów trzody wycofa się z tego biznesu, bo blokada eksportu na Wschód spowoduje nadmiar surowca na krajowym rynku i wojnę cenową. Ceny mogą ustabilizować się dopiero w dłuższej perspektywie czasu, kiedy spadnie pogłowie trzody, dziś i tak na rekordowo niskim poziomie około 11 mln sztuk.

Pozostaje pytanie, jak w tej sytuacji poradzą sobie małe sklepy i hurtownie. Wygląda na to, że te, które odnajdą dla siebie niszę, stawiając na jakość, a nie na cenę, wygrają. Bo tylko pozornie, w dobie dyktatury sieci handlowych, a szczególnie dyskontowych, małe sklepy osiedlowe są na przegranej pozycji. Wiele wskazuje na to, że mają one pewne przewagi nad sklepami wielkopowierzchniowymi. Są nimi między innymi unikalność produktu i jakość. Dlatego, choć rynek drobnego handlu kurczy się, to zupełnie nie zniknie. Bo Polacy do jakości są przywiązani mocno.

Pol, Ełk – tłumaczy Mirosław Ostrowski, właściciel hurtowni Ostropol. – Nie oferujemy szynek po 10 zł za kilogram, u nas szynki zaczynają się od poziomu 17 zł do nawet ponad 30 zł, a mimo to klienci do nas przychodzą, bo to jest dużo lepszy towar. Taką drogę przyjęliśmy i to się sprawdza. Klient przekonał się, że warto zapłacić trochę drożej – dodaje.

Warto nadmienić, że tzw. nastrzykiwanie mięsa, które ma na celu konserwację i zabicie groźnych drobnoustrojów, stosują prawie wszystkie zakłady mięsne. To sposób na przedłużenie trwałości wędlin i poprawę ich wyglądu. Niestety, tej metody można nadużyć. – Można zastanawiać się, co jest w środku schabu, który kosztuje 12 zł za kilogram – mówi Mirosław Ostrowski.

Sprzedawcy przyznają, że największą dla nich bolączką jest niepewność cenowa. Wahania cen są spore i nie zawsze zależne od krajowych hodowców i przetwórców. Przy czym spadek cen tuczników rzadko przekłada się na ceny w hurtowniach.

– Dla takich hurtowni jak nasza największym problemem jest niestabilność i brak przewidywalności – mówi Artur Teodorczyk z hurtowni Ejart. Przyznaje, że z powodu zawirowań na rynku związanych z przypadkami afrykańskiego pomoru świń (tzw. ASF) u dwóch dzików w Polsce, ceny surowca mięsnego nie obniżyły się. Pomimo drastycznej obniżki cen trzody w skupie. – W tej gałęzi produkcji i dystrybucji każdy ma wysokie koszty, także ubojnie, przetwórnie – i to one częściowo brały na siebie spadek cen surowca – tłumaczy. Jego zdaniem, ceny mięsa i wędlin mogą nieco wzrosnąć w okresie przedświątecznym i raczej nie

Jak pisze 11 kwietnia portal dlahandlu.pl, klienci coraz częściej oceniając marki, z których korzystają, zwracają uwagę nie tylko na wysoką jakość obsługi czy sprawny proces reklamacji, lecz na gesty wychodzące poza procedury, świadczące o bardziej ludzkim obliczu marki – wynika z badania "Customer Experience" ARC Rynek i Opinia. – Nie zawsze musi to wiązać się z dodatkowymi kosztami, ale wymaga dużej dawki empatii i zaangażowania od osób odpowiedzialnych za kontakt z klientem. – mówi Piotr Juszczyk z ARC Rynek i Opinia.

– Jak na razie tylko 13% respondentów wskazało na przekraczanie oczekiwań klientów, jako na czynnik zwrotny w opinii o danej firmie. A zatem, dokładnie w ten punkt powinno się inwestować. Tylko nieliczne firmy kładą na ten czynnik nacisk. Zatem firmy w Polsce mają ogromne pole do popisu w kontekście budowania swojej przewagi poprzez dostarczanie pozytywnych doświadczeń klientom – komentuje Janusz Kamieński z executive-conversation. Np. toalety, przewijaki, barki, kawa, soki warzywne, punkty usług, rożno, wypieki, kantor, bankomat, garmaż, fastfood, kanapki dla klientów.

Opr.red.

SMAKI WARSZAWY

Po otwarciu nowej linii metra COSTA COFFEE przy Świętokrzyskiej u zbiegu z Marszałkowską cieszy się coraz większą frekwencją. Niestety coś trzeba zrobić, aby ludzie nie tłoczyli się tak bardzo przy bufecie, bo ciasnota niemożliwa! Może zmienić układ siedzeń? Bo np. przecisnąć się dalej do kącika za ekspresem kawowym jest bardzo trudno. Obserwuję tę sieć od pewnego czasu w porównaniu do mojej innej ulubionej GCN i widzę coraz większą poprawę. I w jakości kawy, i w entuzjazmie obsługi, i w wystroju, bo są kameralne kąciki, choć nie dorównują jednak jeszcze liderowi... Nam klientom ta rywalizacja wychodzi na dobre, bo w jej wyniku widać jak pozostałe sieci odstają na dobre w tyle. Poprawić można też tło muzyczne, na bardziej relaksowe, jazzujące i zadbać o zmniejszenie poziomu hałasu. Wtedy można bardziej zatrzymać dłużej na konsumpcję np. laptopowców. A i jakość bagietek, czy „smutasów", czy kiszy nie jest bagatelna.

Na bardzo ruchliwym Nowym Świecie przy Foksal zwykle unikam tłoku i wpadam do CAFE BAGUETTE wtedy kiedy jest luźno, mimo że otwarte w ciepłe dni witryny zachęcają wiele osób. Duża część kupuje wypieki na wynos. A jest ich spory wybór. Moimi faworytami są dobrze wypieczone croissanty po 3,50 zł, szczególnie te o smakach pomarańczowym i malinowym. Omijam kwadraty ze szpinakiem i zapiekane kabanosy po 8. Natomiast w tej cenie skuszę się czasem na bardziej wypasionego croissanta orzechowego, albo kakaowe ciastko owsiane za 9. Do tego oczywiście cappuccino za 10,90 i hajda po 8-mej do roboty, bo tu mam przesiadkę autobusową. Gdy mam więcej czasu to wówczas marudzę nieco przy okrągłym stoliczku, patrząc na defilujący tłum przechodniów. czasem wypatrzę kogoś znajomego i pomacham łapką. Obsługa zmienna, czasem z uśmiechem i pogada, a czasem spięta niemożebnie, ale ja to rozumiem, bo tłok.

W biegu

W wejściu do Hali Mirowskiej od strony targowiska, po prawej stronie mieści się sklep rybny i mały barek smażalnia RYBY Z USTKI z trzema drewnianymi stołami i ławami. Wybór ryb świeżych i mrożonych, wędzonych, w słoikach, konserwach oszałamiający. Za kilkanaście złotych na białym talerzyku ze sztućcami metalowymi zjemy porcję smażonego dorsza, okonia, dorady, łososia, flądry, morszczuka itp. z frytkami i surówką. Fachowo pan zza lady zapakuje rybę do domu, albo poleci na wagę roladę faszerowanego szczupaka, czy dorsza. Nie ma tłoku, ale zawsze jest ruch, a we wtorki i czwartki dostawy znad morza. Do wyboru kotlety i krokiety rybne, a dla smakoszy zupa rybna. To jedno z nielicznych miejsc w stolicy z taka ofertą rybną. Zwykle kupuję zapasy do domu razem z warzywami i owocami z pobliskich stoisk i pakuję do samochodu.

Kolejna nazwa nowego lokalu ZŁOTA 7 pojawiła się właśnie przy Złotej 7. Jednak w powodzi innych nowych w tej okolicy centrum nie wyróżnia się on niczym szczególnym. Tutaj także w wystroju natrafiamy na banalne już rury na suficie, na sztuczne kafelki, na fotosy dawnych idoli, w tym przypadku np. braci Kennedych, co zresztą kłóci się z mylącym napisem na metalowych krzesełkach wystawionych na ulicy: „Bistro Paris". Pewnym novum jest to, że u sufitu zamiast modnych butelek czy słoików powieszono... wiadra. Tło muzyczne nijakie, na szczęście ciche. Plusem są kwiaty w doniczkach oraz piękne czerwone tulipany.

W ofercie dania europejskie też raczej standardowe przy wysokich cenach centrum. Natomiast zachęcająca jest cena lunchu 18 zł, choć zabrakło jej na tablicy przy wejściu! Dzisiaj w ofercie był niezły krem warzywny oraz średni mielony z ziemniakami i marchewką, lub naleśniki z konfiturą. Wczoraj natomiast był kapuśniak oraz karkówka z grilla z opiekanymi ziemniakami i surówką. Zatem polskie dania warte swej ceny. Tylko w porównaniu do tego lemoniada z miętą i limonką za 15 zł zbyt droga. Obsługa w bufecie przyjmuje zamówienia, donosi dania, ale potem zupełnie nie interesuje się klientem. Płacić więc trzeba znowu przy bufecie. Czy ten lokal utrzyma się dłużej?

SMAKOSZ

Prętnik wargacz

AKWARIUM

Należy do ryb labiryntowatych. Występuje w Południowej Azji, na półwyspie indochińskim (Indochiny, Birma). Do Europy sprowadzono go po raz pierwszy w 1904r. Dorasta zwykle do 8-9cm przy czym samce są nieco większe od samic.

Dymorfizm płciowy jest dosyć dobrze zaznaczony. Samce posiadają intensywniejsze ubarwienie oraz zaostrzoną płetwę grzbietową i wydatniejsze wargi. Należą do spokojnych ryb spędzających więcej czasu przy powierzchni wody, w związku z czym można go hodować z innymi spokojnymi gatunkami w jednym zbiorniku. Ze względu na specjalny narząd labiryntowy służący do oddychania powietrzem znad zbiornika, lustro wody w akwarium powinno być na niezbyt dużej wysokości. Ponadto na akwarium powinna zawsze spoczywać pokrywa aby utrzymać podobnątemperaturę nad lustrem wody jak i wzbiorniku. Dzięki temu ryby nie będą chorować.

Zbiornik powinien być gęsto obsadzony roślinami z pozostawioną przestrzenią do pływania. Zalecana jest też roślinność pływająca na powierzchni wody. Temperatura wody powinna sie mieścić w granicach 25 do 28 st C, być raczej miękka i lekko kwaśna. Przy czym wyższe temperatury stosujemy wtedy, gdy chcemy doprowadzić do tarła.

Samiec przed tarłem nabiera ciemnego-brązowego ubarwienia. Buduje duże, pieniste gniazdo przy powierzchni. Do jego budowy używa również kawałków roślin. Pod wybudowane gniazdo przygania wybraną samicę i przystępuje do tarła obejmując ją wpół. Uwalniana ikra opada na dno, skąd samiec przenosi ją w pyszczku do gniazda i troskliwie pielęgnuje. Samicę odławia się od razu po tarle, a samca gdy młode zaczynają się rozpływać, to jest dopiero po trzech dniach od wyklucia się z jaj.

Żywi się go delikatnym pokarmem żywym lub sproszkowanym żółtkiem, a po tygodniu, dwóch, można podawać nicienie micro i naupliusy oczlika. Dorosłe ryby można karmić pokarmem żywym, suchym, lub mrożonym, wskazany jest dodatek elementu roślinnego w pokarmie.

M.W.

SPOTKANIA Z MEDYCYNĄ

Zapalenie skóry

Na skutek zaburzeń immunologicznych mających podłoże genetyczne i polegających na nadmiernym wytwarzaniu swoistych przeciwciał klasy IgE przeciwko alergenom, dochodzi do szeregu reakcji z wydzieleniem substancji prozapalnych prowadzących do przewlekłego zapalenia skóry. Substancjami drażniącymi (alergenami) wywołującymi nieprawidłową odpowiedź immunologiczną mogą być elementy naszej diety takie jak czekolada, truskawki, ryby, mleko, jajka, ziarna zbóż oraz różnego rodzaju materiały i substancje mające kontakt z naszym ciałem, na przykład sierść zwierząt, mydła, rozpuszczalniki, niektóre metale. Alergeny te prowadzą do przerwania naturalnej bariery skórnej, przez co staje się ona sucha i podatna na wszelkiego rodzaju infekcje.

Zwykle pojawia się we wczesnym dzieciństwie i na każdym etapie rozwoju człowieka. U dorosłej już osoby ma nieco inny przebieg niż u dziecka i wiąże się odmiennymi czynnikami alergicznymi. Dzieci bowiem bardziej uczulone są na alergeny pokarmowe a starsi na alergeny pyłowe i kontaktowe. Do głównych objawów tego rodzaju zapalenia skóry należą oprócz suchości zaczerwienienie, świąd, skłonność do zakażeń bakteryjnych.

Zmiany często pojawiają sie w charakterystycznych miejscach takich jak doły podkolanowe, zgięcia stawów łokciowych, na skórze twarzy szyi, rękach, czy innych miejscach mających bezpośredni kontakt z alergenami. Często AZS towarzyszą inne schorzenia o podłożu alergicznym takie jak astma oskrzelowa, alergiczne zapalenie spojówek czy też katar sienny.

Diagnostyka alergicznego kontaktowego zapalenia skóry opiera sie przede wszystkim na dokładnie zebranym wywiadzie z chorym, oraz labolatoryjnym przeprowadzeniu identyfikacji alergenu. Do tego celu wykorzystuje się między innymi tzw. próby płatkowe, polegające na przykładaniu do skóry wystandaryzowanego zestawu alergenów płatkowych. Po upływie od kilku minut do około 2 dni pojawiają się przy pozytywnym wyniku typowe objawy alergiczne.

Leczenie tego schorzenia polega na eliminacji przyczyny go wywołującej (alergenu) poprzez odpowiednią dietę i zapewnienie hypoalergicznego środowiska oraz stosowania preparatów glikokortykosterydowych, leków antyhistaminowych i leków immunosupresyjnych.

ESKULAP

Aforyzmy

Własna niemoc jest tak niebezpieczna
jak obca przemoc.
St.J. Lec

Pogarda to policzek
wymierzony na odległość.
W. Hugo

Przeszłość – to przepaść bez dna,
która pochłania wszystko co przemija.
P. Nicole

Kiedy przekwitną róże życia
nie zostaje nic prócz kolców.
Ovidiusz

Gorąca miłość
szybko zmienia się w parę.
K. Sylwestrzak

Nie wystarczy mieć w życiu cel,
trzeba jeszcze do tego celu trafić.
M. Szargan

HOROSKOP

Baran 21.III –20.IV
W trudnych sprawach rodzina będzie Cię wspierać. Uważaj na zazdrośników. Zwolnij tempo. W miarę możliwości wypoczywaj aktywnie.

Byk 21.IV–21.V
Musisz ograniczyć wydatki. Po gorszych dniach z reguły następują lepsze. Postaraj się wygospodarować dla siebie więcej wolnych chwil na odpoczynek.

Bliźnięta 22.V–21.VI
Zadbaj o swój związek. Zachowaj większy dystans do wszystkich spraw. Dobry humor przywrócą Ci spotkania z przyjaciółmi.

Rak 22.VI–22.VII
Czeka Cię mnóstwo ważnych spotkań. Szykują się zmiany na wielu frontach. Wiosenne dni sprzyjają rekreacji, postaraj się je wykorzystać.

Lew 23.VII–22.VIII
Załatw zaległe sprawy. Nie czekaj aż pojawią się kłopoty ze zdrowiem. Nie lekceważ objawów przemęczenia.

Panna 23.VIII–22.IX
Przed Tobą dobre dni. Dobra sytuacja finansowa poprawi rodzinne stosunki. Zadbaj o swój organizm, któremu z pewnością przyda się regeneracja.

Waga 23.IX–23.X
Ze zdrowiem nienajgorzej, ale trzeba je pielęgnować. Poprawa nastroju pomoże przetrwać ewentualne, gorsze momenty.

Skorpion 24.X –22.XI
Wiosenne przesilenie może o sobie dać znak. Wykorzystaj wolne chwile na regenerację sił. Po wyczerpujących zajęciach wskazany dłuższy odpoczynek.

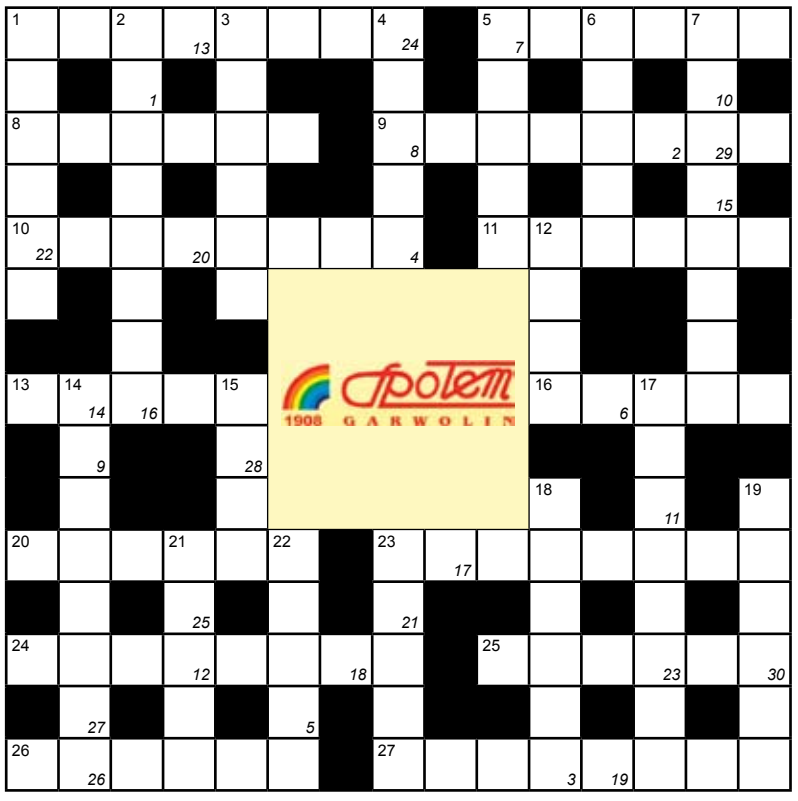
Strzelec 23.XI–23.XII
Czeka Cię interesujące spotkanie towarzyskie. Pewne jest, że nie będziesz się nudzić. Kontakt ten uświadomi Ci, że inni też mają kłopoty.

Koziorożec 24.XII–20.I
Nie poddawaj się złym nastrojom. Najlepszym lekarstwem jest wyjście do znajomych lub długi spacer. Zielony krajobraz uspakaja.

Wodnik 21.I–20.II
Sprzyjający układ gwiazd pomoże pokonać nawet pojawiające się czasowe trudności. Jeśli zdrowie ok. pozwól sobie na małe szaleństwo.

Ryby 21.II –20.III
Niezbyt przyjemna atmosfera dookoła. Nie daj się wciągnąć w intrygi. Przemyśl niektóre plany ponownie.

● KRZYŻÓWKA nr 5 z hasłem ●



Wszystkie litery ponumerowane w prawym dolnym rogu napisane w kolejności od **1-30** utworzą hasło.

Znaczenie wyrazów:

Poziomo: 1) wymiana zdań kilku osób, 5) nie zawodowiec, 8) złota moneta bita w Wenecji, 9) dubler aktora, 10) Dimitrij prof. dr, członek Rosyjskiej Akademii Nauk i Pol. Tow. Geologicznego, 11) pasażerski lub towarowy, 13) podniesiony ton mowy, 16) …kostny, 20) ryba okoniokształtna, 23) woda lecznicza ze Szczawna, 24) resztki czegoś np. materiału, 25) metoda, zespół działań, 26) filozof grecki, 27) malowidło w okrągłym obramowaniu.

Pionowo:1) córka, króla Tyru założyciela Kartaginy, 2) jest nim kaktus, 3) akt prawotwórczy,4) lasso, 5) cętkowany krewniak jelenia (Indie), 6) kwitnie tylko raz, 7) muzyczne spektakle, 12) górna część tułowia, 14) popularny wśród studentów, 15) podstawowy surowiec w browarze, 17) tzw. domówki, 18) pokaźna u konia, 19) pachnący krzew, 21) ludowy poeta muzułmański, 22) jednostka natężenia prądu, 23) pogląd filozoficzny zakładający istnienie Boga.

Karty pocztowe z dopiskiem **Krzyżówka nr 5** prosimy przesłać na adres redakcji **do dnia 31 maja 2015r**. Prawidłowe rozwiązanie będzie premiowane w drodze losowania nagrodą ufundowana przez **„Społem" PSS w Garwolinie.**

Rozwiązanie krzyżówki nr 3/2015;

Poziomo: 1) sylwetka, 5) Sławuś,8) kompot, 9) eurytmia, 10) warsztat, 11) Adrian, 13) lokaj, 16) Hanau, 20) Norwid, 23) korbowód, 24) ptasznik, 25) Torgau, 26) sobota, 27) almanach.

Pionowo: 1) Sękowa, 2) limeryck, 3) egoizm, 4) afekt, 5) Syria, 6) aster, 7) ubijarka, 12) druh,14) ojcostwo, 15) jaki, 17) Norwegia, 18) obrona, 19) odruch, 21) wąsko, 22) dynia, 23) koksa.

HASŁO: MAH GWARANCJĄ WYSOKIEJ JAKOŚCI.

Nagrodę ufundowaną przez **Mazowiecką Agencję Handlową „Społem"** otrzymuje **Dorota Matuszewska** z miejscowości Kanie.

społemowiec WARSZAWSKI

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: „Społem" Warszawska Spółdzielnia Spożywców Śródmieście 00-042 Warszawa, ul. Nowy Świat 53.
DRUK: CUW, 02-903 Warszawa, ul. Powsińska 69/71.
ISSN 1231-2967