„Spółdzielnie budują lepszą przyszłość dla wszystkich”

- hasło Międzynarodowego Dnia Spółdzielczości w 2024 roku

# Społemowiec Warszawski

MIESIĘCZNIK SPÓŁDZIELCZOŚCI SPOŻYWCÓW

Rok 62 nr 7 (689) WARSZAWA, lipiec 2024 Cena 7,50 (plus VAT)

Dziewczyna z tęczową flagą znalazła się na plakacie, który towarzyszył pierwszym polskim obchodom Międzynardowego Dnia Spółdzielczości w 1925 roku. Ten unikatowy plakat zobaczyć można w Muzeum Historii Spółdzielczości w Polsce.

### Międzynarodowy Dzień Spółdzielczości

## Spółdzielcze pozdrowienia

**Pierwszego lipca w Polsce obchodzimy Międzynarodowy Dzień Spółdzielczości.** Święto to ma już ponad stuletnie tradycje, gdyż oficjalnie ustanowione zostało przez Międzynarodowy Związek Spółdzielczy w 1923 roku. Sto lat temu, w 1924 roku, obchodzono je w Europie po raz pierwszy - u nas trzeba było na to poczekać jeszcze rok.

Krajowe obchody zainaugurowała Rada Spółdzielcza w czerwcu 1925 roku. Organizacją zajął się Centralny Komitet Dnia Spółdzielczości w Polsce pod przewodnictwem Janusza Kwiecińskiego, szefa Rady Spółdzielczej, jednocześnie wyższego urzędnika Ministerstwa Skarbu II RP. Wspomagali go działacze Związku Spółdzielczego „Społem”, w tym m.in. Franciszek Dąbrowski - długoletni kierownik Wydziału Społeczno-Wychowawczego. Plakat z dziewczyną trzymającą tęczową wstęgę, który do dziś przechowuje Muzeum Historii Spółdzielczości w Polsce, jest wyjątkowym świadectwem tych pierszych polskich obchodów.

Niektórych dziwić mogą rozbieżności w dacie spółdzielczego święta. Międzynarodowy Związek Spółdzielczy ustanawiając Dzień Spółdzielczości przyjął, że świętować je będziemy w pierwszą sobotę lipca (w bieżącym roku wypada ona na dzień 6 lipca). Tak dzieje się w większości krajów. Natomiast w Polsce święto to otrzymało krajową regulację w postaci Uchwały Sejmu RP z dnia 21 kwietnia 1995 r. w sprawie Międzynarodowego Dnia Spółdzielczości. Warto przytoczyć ją w całości:

*Uchwała Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej*
*z dnia 21 kwietnia 1995 r.*
*w sprawie Międzynarodowego Dnia Spółdzielczości.*

*W odpowiedzi na apel Zgromadzenia Ogólnego Organizacji Narodów Zjednoczonych skierowany do Parlamentów i Państw członkowskich o upamiętnienie 100-lecia Międzynarodowego Związku Spółdzielczego, Sejm Rzeczypospolitej Polskiej proklamuje dzień 1 lipca dniem spółdzielczości.*

*Polski ruch spółdzielczy ma długie i piękne tradycje - zawsze odgrywał zasadniczą rolę w niepodległościowych dążeniach narodu polskiego. W obecnej sytuacji społeczno-gospodarczej odradzanie się i rozwój autentycznej spółdzielczości może przyczynić się do przełamania wielu barier ekonomicznych i problemów społecznych. Służyć temu powinno równoprawne traktowanie wszystkich sektorów własności konkurujących ze sobą w ramach gospodarki rynkowej.*

W 1994 r. Organizacja Narodów Zjednoczonych potwierdziła ważną rolę, jaką odgrywają spółdzielnie i nadała świętu rangę międzynarodową. Od tego czasu obchodom towarzyszy hasło, które ma skupić uwagę na ważnym problemie współczesnej rzeczywistości. W bieżącym roku brzmi ono „Spółdzielnie budują lepszą przyszłość dla wszystkich”.

Z okazji spółdzielczego święta życzymy naszym Czytelnikom dużo zdrowia i wszelkiej pomyślności. Ze spółdzielczym pozdrowieniem! ***(red.)***

### Zebranie Przedstawicieli „Społem” WSS Śródmieście

## Chcemy integrować środowisko

**W dniu 3 czerwca br. w siedzibie Spółdzielni przy Nowym Świecie odbyło się Zebranie Przedstawicieli „Społem” WSS Śródmieście. Wzięli w nim udział nie tylko członkowie i pracownicy, ale - zgodnie z tradycją - także władze zaprzyjaźnionych spółdzielni i organizacji spółdzielczych z regionu.**

Obecnych powitała Przewodnicząca Rady Nadzorczej „Społem” WSS Śródmieście Cecylia Przedpełska, której powierzono prowadzenie zebrania. Wśród gości byli m.in. Ryszard Jaśkowski - Prezes Zarządu Krajowego Związku Rewizyjnego Spółdzielni Spożywców „Społem”, Jadwiga Wójtowicz-Garwoła - Prezes Mazowieckiej Agencji Handlowej, Danuta Mioduszewska - Prezes Ośrodka Wypoczynkowego „Zorza”, a także Piotr Konarski - Prezes Zarządu „Społem” WSS Praga Południe, Hieronim Kobus - Prezes Zarządu „Społem” PSS Garwolin, Sylwia Żochowska - przedstawicielka firmy audytorskiej badającej sprawozdanie finansowe Spółdzielni za 2023 rok i inni. W Zebraniu wzięło udział 30 przedstawicieli wybranych na Zebraniach Grup Członkowskich w 2022 r. - tj. wszystkie uprawnione osoby.

Prezes Anna Tylkowska przystępując do omówienia sprawozdania Zarządu „Społem” WSS Śródmieście podkreśliła, że kilka lat temu mało kto zdawał sobie sprawę jak destrukcyjny wpływ na handel detaliczny będzie miała pandemia COWID-19. Spółdziel-

*dokończenie na str. 3*

### Zebranie Przedstawicieli „Społem” WSS Praga Południe

## Dobry sąsiad

**Zebranie Przedstawicieli „Społem” WSS Praga Południe podjęło 7 uchwał, w tym jednogłośnie udzieliło absolutorium dla prezesa Piotra Konarskiego i wiceprezes Małgorzaty Piotrowskiej.**

W gościnnej restauracji Rozdroże 10 czerwca br. odbyło się Zebranie Przedstawicieli „Społem” WSS Praga Południe. Przybyłych, m.in. Ryszarda Jaśkowskiego - prezesa KZRSS „Społem”, Annę Tylkowską - prezes WSS Śródmieście, Jadwigę Wójtowicz-Garwoła - prezes MAH Społem, Hieronima Kobusa - prezesa PSS Garwolin, b. dyrektora Mieczysława Szumiło i redaktor Danutę Bogucką powitała Wanda Żegnałek przewodnicząca Rady Nadzorczej, która otworzyła i poprowadziła obrady.

Sprawozdanie z działalności Spółdzielni w roku 2023 złożył prezes Zarządu Piotr Konarski. „Jesteśmy dobrym sąsiadem dla naszych klientów, który oferuje najwyższej jakości obsługę, najlepsze produkty i sprawiedliwe ceny” - wybrzmiało na początku. W minionym roku na sytuację w handlu duży wpływ miało wiele czynników: inflacja, ograniczenie zakupów przez konsumentów, wojna w Ukrainie, braki kadrowe, koszty energii i gazu oraz wojna cenowa. Mimo tych przeciwności wynik finansowy, którym spółdzielnia zakończyła rok 2023 wyniósł prawie 300 tys. zł netto.

*dokończenie na str. 3*

### Walne Zgromadzenie Członków Ośrodka Wypoczynkowego „Zorza”

# hotel Zorza społem Od Bałtyku do Tatr

**Walne Zgromadzenie Członków „Społem” Spółdzielczego Ośrodka Wypoczynkowego „Zorza” otworzył przewodniczący Rady Nadzorczej Grzegorz Janik PSS w Turku, którego wybrano na przewodniczącego obrad. W Prezydium zasiedli obok przewodniczącego, jako zastępca Ryszard Jaśkowski KZRSS i sekretarz Urszula Waligóra PSS w Nowej Hucie.**

W Zgromadzeniu w dniu 5 czerwca br. w siedzibie Spółdzielni przy ul. Grażyny 13/15 w Warszawie wzięło udział 24 z 33 przedstawicieli Spółdzielni oraz zaproszeni goście m.in.: dyrektor Hotelu Magdalena Budna, mecenas Jerzy Rybicki, redaktor Danuta Bogucka. Prezes Zarządu Spółdzielni Danuta Mioduszewska przedstawiła sprawozdanie z działalności Spółdzielni w roku 2023 i kierunki działania na rok 2024 oraz sprawozdanie finansowe za 2023 r.

Do istotnych projektów służących podniesieniu standardu obiektu zrealizowanych w roku 2023 zaliczyć należy: modernizację recepcji i jadalni, podłączenie światłowodu, modernizację sieci internetowej, przekazanie firmie zewnętrznej prowadzenia mediów społecznościowych.

Ogólna sytuacja w kraju, w tym inflacja wpłynęła na całą branżę turystyczną. Na działalność Spółdzielni i obłożenie holelu duży wpływ ma pogoda a faktem jest, że zeszłoroczny lipiec i sierpień były nad polskim morzem chłodne i deszczowe. Polacy w dużej mierze mając na uwadze aurę, po raz kolejny wybrali wyjazdy zagraniczne. „Zorza” może jednak liczyć, i co prognozują wskaźniki na rok 2024 liczy również na turystów z zagranicy, którym odpowiada nasz klimat a i ceny są zadowalające. Atutem obiektu jest pełna obsługa gastronomiczna i hotelarska oraz zaplecze relaksacyjne Wellness & SPA i kosmetologiczne.

Prezes Mioduszewska przypomniała o atrakcyjnej ofercie na pobyty grupowe, skierowanej w roku ubiegłym do wszystkich Spółdzielni. Niestety pozostawionej bez odzewu. Szkoda, bo to obopólna korzyść, cenowa dla gości i mająca wpływ na wynik finansowy Zorzy.

Sprawozdanie Rady Nadzorczej, z upoważnienia tegoż organu przedstawił przewodniczący Grzegorz Janik. Następnie odczytał wnioski po przeprowadzonej lustracji ustawowej, podkreślając że Spółdzielnia działa legalnie, gospodarnie i rzetelnie.

W dyskusji nad sprawozdaniami i projektami uchwał głos zabrali: Małgorzata Dybaś PSS Kraków, Grażyna Raniewicz PSS Poznań, Tomasz Pławecki PSS Bochnia, Elżbieta Chalecka PSS Białystok, Anna Tylkowska WSS Śródmieście Warszawa, Artur Patrzałek PSS Busko Zdrój, Grzegorz Janik PSS Turek. Dialog dotyczył m.in.: świadczeń SPA i wzmocnienia usług dodatkowych, zwiększenia ilości posiłków w ciągu dnia, poprawy rentowności, inwestycji i dywersyfikacji działań, wypłaty dywidendy, klimatyzacji i fotowoltaiki, promowania społemowskich ośrodków i apartamentów.

Prezes Danuta Mioduszewska, poinformowała, że część lokali w obiekcie posiada już klimatyzację, chociaż to nie przekłada się bezpośrednio na przychody. Założenie klimatyzacji w budynkach podlegających uzgodnieniom z konserwatorem będzie nieco trudniejsze, ale Zarząd w porozumieniu z Rada Nadzorczą opracuje plan pełnej klimatyzacji hotelu Zorza. Prezes poinformowała również, że wyplata dywidendy planowana jest w miesiącu lipcu br.

W punkcie wolne wnioski głos zabrała przewodnicząca Komisji Uchwał i Wniosków Anna Tylkowska, która przedstawiła dwa wnioski:

1) wniosek o założenie klimatyzacji w całym obiekcie hotelu Zorza w Kołobrzegu.
2) wniosek aby zwrócić się do Spółdzielni zrzeszonych SOW Zorza o wspólne promowanie Hotelu Zorza i innych spółdzielczych ośrodków w kraju pod hasłem „Wypoczywamy od Bałtyku do Tatr z przystankiem w Warszawie”.

Wnioski przyjęte zostały jednogłośnie.

Walne Zgromadzenie przyjęło, wśród innych uchwały o przyjęciu sprawozdań za rok 2023 i udzielenia absolutorium Zarządowi w osobie prezes Danuty Mioduszewskiej.

**DANUTA BOGUCKA**

**W 95 roku istnienia PSS „Społem” w Sochaczewie 19 czerwca odbyło się walne zgromadzenie jej członków. W zebraniu w Cafe&Bar przy Pl. Kościuszki wzięło udział 47 zrzeszonych z liczby 113 (według stanu na koniec grudnia 2023).**

### Walne Zgromadzenie Członków „Społem” PSS w Sochaczewie

# Rok wyzwań społem coop SOCHACZEW

Przewodniczącym zebrania został wybrany Janusz Miłkowski, przewodzący na co dzień Radzie Nadzorczej, w prezydium zasiedli Józef Chocian i Kazimierz Kielich. W komisji mandatowej pracowały Hanna Chrupek - przew., Teresa Parśniak i Agnieszka Sałacińska, w komisji uchwał i wniosków zaś - Irena Korpowska - przew., Sławomira Mazur i Elżbieta Małecka.

Prezes Agnieszka Strzelczyk odczytała pismo od prezesa KZRSS „Społem”, Ryszarda Jaśkowskiego, po czym przedstawiła stan spółdzielni w obecności członkiń Zarządu, Ewy Skrzyneckiej (głównej księgowej) i Wiesławy Podoskiej (kier. Działu Handlowego). Na koniec minionego roku PSS prowadziła 12 sklepów (10 z branży spożywczej i 2 przemysłowej), piekarnię, Cafe&Bar oraz targowisko. Największe trudności przyniosły spółdzielni wysokie ceny energii i gazu, a także wzrost kosztów wynagrodzeń (płacy minimalnej). Drugi z czynników, oraz konieczność konkurowania z silnymi sieciami handlowymi były powodem trudnej decyzji o zamknięciu sklepów o najniższych obrotach, tj. nr 33 i 47. Uzyskane w 2023 r. przychody „Społem” wynosiły 29,7 milionów i w stosunku do 2022 roku zmniejszyły się o ok. 2,2 proc. (przy zastrzeżeniu, że od lutego i sierpnia ubyły dwie placówki handlowe). Wypracowana marża w stosunku do roku 2022 wzrosła o 1,91 proc. Stratę zanotowaną na działalności w skali rok do roku dzięki wspólnemu wysiłkowi kadry udało się zmniejszyć o ok. 417,3 tys. zł. Dzięki staraniom prezesa KZRSS i włączeniu piekarni sochaczewskiej PSS do rządowego programu ceny gwarantowanej, uzyskała ona dotację, a finalnie dodatni wynik nieco ponad 42,2 tys. zł.

Na inwestycje, remonty i konserwację wydano w „Społem” nieco ponad 203 tys. zł. - Ta kwota nie jest ogromna, ale dużo z tych prac zostało wykonanych w zakresie własnym przez naszych pracowników - mówiła prezes Agnieszka Strzelczyk. Wśród prac były m.in. wymiana i częściowe naprawy dachów placówek, malowanie pomieszczeń piekarni, zapleczy sklepów i jadłodajni, wymiana termy i naprawa siłowników w piekarni, założenie monitoringu w „zieleniaku”, naprawy monitoringu w obiektach i wiele innych. PSS zainwestowała w nowy program księgowy (39 tys. zł w omawianym roku, część uzyskując ze środków UE), by móc od 2026 r. sprostać wymogom Krajowego Systemu e-Faktur.

W 2023 r. PSS stosowała promocje weekendowe, tygodniowe, dwutygodniowe i miesięczne. - To wszystko nadal funkcjonuje. Staramy się, aby była różnorodność, bierzemy produkty, o które klient pyta - mówiła prezes.

Następnie sprawozdanie Rady Nadzorczej przedstawił członek RN, Ryszard Kielich. Badanie biegłego rewidenta wykazało, że nie ma zagrożeń w kontynuowaniu działalności PSS, Zgromadzenie przyjęło więc komplet uchwał, w tym: sprawozdanie finansowe, sprawozdania Zarządu i Rady Nadzorczej, uchwałę w sprawie sprzedaży nieruchomości po zlikwidowanym sklepie nr 47, a także skwitowanie członkiń Zarządu.

- Chciałabym państwu serdecznie podziękować za ten rok, który nie był łatwym rokiem. Walczymy każdego dnia, ponieważ zmieniają się warunki gospodarcze, klienci i otoczenie - powiedziała prezes składając sprawozdanie. Miłym akcentem na koniec walnego zgromadzenia był ozdobny tort.

**MONIKA KARPOWICZ**

Przemawia Prezes Zarządu „Społem” PSS Sochaczew Agnieszka Strzelczyk

*dokończenie ze str. 1*

nia z trudem podnosi się z kryzysu spowodowanego drastycznym zamknięciem sklepów i zmianą preferencji konsumentów, którzy przyzwyczaili się do zakupów w internecie. W 2023 roku sprzedaż detaliczna wyniosła 68 524 tys. zł, co jest wynikiem nieco lepszym niż rok wcześniej, ale i tak o 3 proc. mniejszym niż przed pandemią. Na to nakładają się kolejne czynniki, które dziś wszystkim zarządom spędzają sen z powiek - coraz większe koszty pracy (w 2023 r. wzrosły niemalże o 20 proc.) oraz rosnące wydatki na energię. WSS „Śródmieście" zatrudnia dziś 128 osób i korzysta ze wsparcia firm prowadzących zatrudnienie cudzoziemców, ale mimo podwyżek płac w sklepach i tak brakuje sprzedawców i kasjerów.

Wszystkie te niezależne od Spółdzielni problemy sprawiają, że lepsze wyniki dają dziś pozahandlowe formy działalności. Dobrą decyzją okazała się adaptacja poddasza kamienicy przy Nowym Świecie na hostel i aparthotel oraz zakup apartamentów w Szczyrku. Łączne przychody z ich wynajmu w 2023 r. wyniosły 906 tys. zł, a poza tym stanowią one atrakcyjną bazę noclegową dla członków i pracowników. Przedstawiciele z aprobatą odnieśli się do tej formy działalności zgłaszając wniosek, aby jeszcze lepiej ją rozpropagować. Zaproponowano nawet hasło „Wypoczywamy od Bałtyku do Tatr z przystankiem w Warszawie", pod którym powinno się przeprowadzić wspólną kampanię reklamową spółdzielczego ośrodka wypoczynkowego „Zorza" w Kołobrzegu oraz pokoi i apartamentów „Społem" WSS Śródmieście.

Ubiegły rok pokazał jednak, że nie będzie wakacji od trudnych spraw. Spółdzielnię czeka m.in. walka z decyzją Komisji ds. Reprywatyzacji Nieruchomości Warszawskich, która w ubiegłym

### Zebranie Przedstawicieli „Społem" WSS Śródmieście

# Chcemy integrować środowisko

Anna Tylkowska i Ryszard Jaśkowski (fot. Mariusz Maciejewski).

Honorowe członkinie Rady Nadzorczej od lewej: Maria Skawińska i Janina Danikowska.

roku wykreśliła „Społem" WSS Śródmieście jako użytkownika wieczystego dwóch działek przy ul. Nowy Świat, a więc tym samym wywłaszczyła Spółdzielnię z jej siedziby. Jak podkreśliła prezes Tylkowska, celem Komisji było pozbawienie Spółdzielni prawa do nieruchomości, nie zaś ochrona praw osób trzecich lub też urzeczywistnienie zasad sprawiedliwości, gdyż nikt nie zgłaszał żadnych roszczeń ani do działek, ani do budynków. Ewentualne uchybienia organów państwa, które miały miejsce na przestrzeni 70 lat, nie mogą skutkować faktycznym wywłaszczeniem - dodała. Spółdzielnia odwołała się od decyzji Rady do Sądu Wojewódzkiego, a jej sprawę prowadzi obecnie ekspert w zakresie nieruchomości warszawskich.

Przewodnicząca Rady Nadzorczej Cecylia Przedpełska poinformowała Przedstawicieli o działaniach Rady podkreślając, że jej priorytetem było czuwanie nad realizacją planu ekonomiczno-finansowego, w tym poprawą wyników sprzedaży w poszczególnych sklepach. Członkowie przeprowadzili wizytacje we wszystkich placówkach handlowych „Społem" WSS Śródmieście oceniając je pod względem zaopatrzenia, asortymentu, organizacji, realizacji sprzedaży, a także wizerunku.

Jak podkreśliła Przewodniczą-

ca, nie sposób nie dostrzec wielkiego zaangażowania Zarządu w poprawę sytuacji Spółdzielni działającej w niezwykle trudnych uwarunkowaniach zewnętrznych.

Rada przyjęła sprawozdanie finansowe za rok 2023 i pozytywnie oceniła działalność Zarządu, wnioskując o udzielenie mu absolutorium. Uchwałą nr 2 Przedstawiciele jednomyślnie udzielili absolutorium Prezes Zarządu Annie Tylkowskiej oraz Wiceprezes Zarządu Karolinie Strząska.

W dyskusji szczególnie podkreślano jeden z aspektów działalności Spółdzielni - jej wielką otwartość na ludzi i umiejętność integrowania środowiska. Spółdzielnia posiada własną Izbę Pamięci i Komisję Historyczną. Działa Koło Spółdzielczyń, organizowane są spotkania dla seniorów oraz wycieczki. Z jej hojności korzystają organizacje pozarządowe oraz placówki oświatowe - nierzadko jest to stała współpraca, jak np. z Zespołem Szkół Specjalnych przy ul. Elektoralnej.Wyjątkową, ciepłą atmosferę jaka panuje przy Nowym Świecie odczuli wszyscy goście czerwcowego Zebrania. Ryszard Jaśkowski, szef KZRSS „Społem" pochwalił Spółdzielnię za działalność społeczną, w tym na rzecz seniorów. Hieronim Kobus ze „Społem" PSS Garwolin zwrócił uwagę na współpracę z organizacjami *non profit,* stowarzyszeniami, szkołami, osobami prywatnymi, dla których WSS Śródmieście jest wsparciem. Natomiast Prezes WSS Praga Południe, Piotr Konarski, który po raz pierwszy uczestniczył w Zebraniu Przedstawicieli WSS Śródmieście podziękował za przyjęcie do tego wyjątkowego grona przyjaciół.

**Klementyna Zygarowska**

*dokończenie ze str. 1*

Żeby sprostać codziennym wyzwaniom i nie dać się konkurencji Zarząd Spółdzielni stawia na silny marketing. Reklamy i oferty handlowe widać w gazetkach i aplikacji, na monitorach reklamowych i w mediach społecznościowych. W ofertach zawarte są dodatkowe korzyści wynikające z zakupów np. z kartą „Społem znaczy razem", produktów marki własnej „Społem", akcji „Twój wybór" czy „Stop inflacji". Spółdzielnia posiada wszystkie dostępne na rynku narzędzia, żeby komunikować się z klientami i konsekwentnie z nich korzysta.

Dla praskiej Spółdzielni, to także kolejny rok partnerowania KZRSS „Społem" w sponsorowaniu Polskiej Ligi Siatkówki. Ta inicjatywa połączyła wiele spółdzielczych budżetów, by stworzyć wspólny logotyp marki „Społem" pojawiający się na meczach.

Na koniec 2023 roku Spółdzielnia prowadziła działalność handlową w 21 sklepach, na działalność innych podmiotów wynajmowała 31 lokali, wspierała się działalnością usługową oraz marketingową wynikającą z umów z kontrahentami. Spółdzielnia nie korzysta z kredytów, a jej sytuacja finansowa zapewnia płynność finansową. Zarząd WSS Praga Południe podążając za nowoczesnymi trendami i potrzebami klientów stawia na nowe aranżacje i zmiany wizerunkowe placówek, wprowadza kasy samoobsługowe i inteligentne wózki. Pozyskuje dofinansowania stanowisk pracy dla osób niepełnosprawnych oraz na zakup sprzętu.

### Zebranie Przedstawicieli „Społem" WSS Praga Południe

# Dobry sąsiad

Wyzwania na rok 2024, wytyczają kierunki działania i mierzenia się z: „wojną" promocyjną i agresywną reklamą, zlikwidowaniem stawki 0% VAT na żywność, wzrostem kosztów energii, skokowym wzrostem wynagrodzeń, problemami kadrowymi, ciągłą ekspansją sieci dyskontów, dostosowaniem do nowych wymogów: KSeF, system kaucyjnym opakowań oraz pozyskiwaniem dodatkowych środków z funduszy krajowych i unijnych. To nie są nowe wyzwania, one przechodzą ostatnimi czasy z roku na rok. Prezes podziękował wszystkim obecnym i wszystkim pracownikom, podkreślając że każdy z nich jest tak samo ważny.

Dokładne dane o wyniku finansowym Spółdzielni, na podstawie opinii Biegłego Rewidenta za rok 2023 przedstawiła wiceprezes Zarządu Małgorzata Piotrowska.

Informację o pracy Rady Nadzorczej przedstawiła przewodnicząca Wanda Żegnałek. Zaczęła od wspomnienia zmarłego 2023 roku prezesa Bogusława Różyckiego, którego pamięć uczczono minutą ciszy na początku zebrania. Potem przeszła do spółdzielczej historii i sprawozdania zawartego w materiale.

W dyskusji goście, m.in. prezesi Ryszard Jaśkowski, Hieronim Kobus, Jadwiga Wójtowicz-Garwoła oraz były dyrektor WSS Mieczysław Szumiło, mówili o potrzebie wspólnych działań i współpracy między spółdzielniami, integracji zakupowej, promocji spółdzielczości, w tym marki „Społem", zmianach w Prawie Spółdzielczym. W odniesieniu do przedstawionych sprawozdań, pogratulowali osiągniętych wyników i działań marketingowych.

Podczas Zebrania odznaki „Zasłużony dla Społem", za wieloletnią pracę i zaangażowanie otrzymali: Renata Rywczyńska, Anna Bąk, Marzena Wojtas, Iwona Ruba, Zbigniew Żebrowski.

**DANUTA BOGUCKA**

Od lewej: Ryszard Jaśkowski Prezes Zarządu ZRRSS „Społem", Marzena Wojtas - kupiec, Anna Bąk- kierownik sklepu, Renata Rywczyńska - kierownik sklepu, Iwona Ruba - ksiegowa, Piotr Konarski - Prezes Zarządu „Społem" WSS Praga Pd., Anna Tylkowska - Prezes Zarządu „Społem" WSS Śródmieście, Zbigniew Żebrowski - informatyk. Fot. Danuta Bogucka.

HANDEL HANDEL HANDEL HANDEL

**Warsztaty Handlowe Mazowieckiej Agencji Handlowej Sp. z o.o.**

# Czym nasz sklep różni się od konkurencji?

**Kolejne spotkanie handlowe w cyklu Warsztaty Handlowe MAH odbyło się 12 czerwca 2024 roku w Sali Zielonej KZRSS „Społem”, w Warszawie. W spotkaniu brało udział 9 Udziałowców MAH: WSS Śródmieście, WSS Praga Płd., Mokpol, PSS Biała Podl., PSS Otwock, PSS Wyszków, SPC, PSS Grodzisk Mazowiecki oraz PSS Siedlce.**

Prezes Zarządu Mazowieckiej Agancji Handlowej Jadwiga Wójtowicz-Garwoła po powitaniu uczestników oraz podziękowaniu za liczne przybycie przedstawicielom spółdzielni spożywców i kontrahentom nawiązała do ponad 27-letniej działalnośći MAH, jej historycznych, spektakularnych spotkań handlowych, w których uczestniczyły setki pracowników spółdzielni. Następnie Dyrektor Handlowy Henryka Brzezicka zaprezentowała działania handlowe kierowane do spółdzielni w pierwszym półroczu 2024 roku. Podkreśliła, że w ofercie znajduje się ponad 900 produktów w pakietach promocyjnych wynegocjowanych dla spółdzielni, publikowana jest również cotygodniowa reklama w gazecie „Fakt”, ukazało się dziewięć Super ofert i czternaście plakatów z firmami: „Bakoma”, „JBB” i „Pszczółka”.

Prezentacje ofert oraz degustacje wyrobów przygotowali dotychczasowi kontrahenci oraz firmy, które chcą rozpocząć współpracę z MAH. Uczestnicy warsztatów mogli zapoznać się z produktami następujących kontrahentów:

- „Eurocash” - zaprezentowała marki własne w zakresie produktów nabiałowych - „Kanka”.

- „Polski Tytoń” - przedstawiciele firmy zapoznali uczestników z nowelizacją przepisów w zakresie „śledzenia papierosów” informując jednocześnie, że w kwestii papierosów elektronicznych nie są planowane zmiany do końca 2024 roku.

- „JBB Bałdyga” - producent wędlin zaprezentował nowości z oferty wzbogaconej o produkty bez osłonki.

- „Młyny Szczepanki” - zaprezentowały ofertę mąki „Polka” rozszerzoną o typ „Ekstra” i „Żytnia chleb i żurek”.

- „Ada Plus” - producent biżuterii srebrnej oraz importer ekskluzywnych opakowań (torebek) na upominki wystąpił z prezentacją „Pomysł na prezent”. Stanowiła ona rozwinięcie hasła warsztatów „Czym nasz sklep różni się od konkurencji?”.

- „Revend” - zaprezentował ofertę maszyn do recyklingu opakowań. Instalacja tego typu urządzeń w placówkach handlu detalicznego o powierzchni powyżej 200 m$^2$ będzie niezbędna od stycznia 2025 roku, wraz z wejściem w życie systemu kaucyjnego.

- „Ferrero” - przedstawił lody będące mrożoną wersją popularnych słodyczy np. „Kinder Bueno”, „Rafaello”, „Rocher” itp..

- „Oreco” - firma zajmująca się dystrybucją mrożonek i lodów , współorganizator Programu 2024 z MAH.

- „Laboratorium Pani Domu” - to cała gama produktów do mycia, czyszczenia, usuwania grzybów, bakterii. Środki chemiczne LPD zyskału już popularność, gdyż są powszechnie sprzedawane w internecie, m.in. na Allegro.

- „Castel Freres” - francuskie wina polecane do każdego posiłku, dostępne w atrakcyjnej cenie.

- „Greek Trade” - producent i importer greckich przysmaków. Poleca marki: „Helcom”, „Helios”, „Orient Taste”, „Athina”, „4tee. W ich ofercie są smażone pomidory, pasty do pizzy, owoce w zalewach, tuńczyk i inne produkty.

- Coca Cola - wystąpiła z prezentacją na temat pozycji marki w Polsce i Europie. Firma od stycznia 2024 roku jest wyłącznym dystrybutorem wódki „Finlandia” oraz napoju „Jack Daniels & Coca Cola” w puszce. Przedstawiciele firmy poinformowali o walorach i czystości wódki, której podstawą jest produkcja z jęczmienia oraz krystalicznej wody z okolic miasta Rajamaki. 37,5% mocy gwarantuje nazwę „wódka”. Natomiast 12% napój alkoholowy „Jack Daniels & Coca Cola” to modny zamiennik piwa.

Prezentacje wsparte były degustacją i merytorycznymi dyskusjami, które niewątpliwue zaowocują dobrą współpracą ze Spółdzielniami z Grupy MAH. ■

REKLAMA

REKLAMA

HANDEL HANDEL HANDEL HANDEL

### Co kupujemy na Euro 2024?

# Nie tylko piwo i chipsy

Z badania firmy NIQ i Grupy BLIX możemy dowiedzieć się, co kupują piłkarscy kibice, by celebrować Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej 2024. Okazuje się, że sięgają oni głównie po słone przekąski - 66%, piwo - 45%, a także napoje bezalkoholowe - 36%.

**Chipsy i piwo na pierwszym miejscu**

- Konsumenci wskazali głównie kategorie najbardziej kojarzone z oglądaniem zmagań sportowych. Słone przekąski są łatwe do spożycia i idealnie komponują się z atmosferą kibicowania. Piwo jest tradycyjnie związane z oglądaniem zawodów. Natomiast napoje bezalkoholowe stanowią alternatywę dla osób, które nie piją alkoholu – mówi Marcin Lenkiewicz, wiceprezes Grupy BLIX, jeden ze współautorów badania. Można spodziewać się więc, że słone przekąski, piwo i napoje bezalkoholowe będą oferowane w promocyjnych cenach aż do samego końca Euro 2024. - Rabaty mogą obejmować przede wszystkim oferty wielopakowe i związane z programami lojalnościowymi. Sieci handlowe często wykorzystują takie wydarzenia sportowe do zwiększenia sprzedaży i przyciągnięcia konsumentów atrakcyjnymi ofertami. A ci retailerzy, którzy rezygnują z promocji, ryzykują wręcz utratę części klientów na rzecz sklepów zapewniających lepsze ceny - dodaje Lenkiewicz.

**Kibice chętnie kupują owoce i wędliny**

Na kolejnych miejscach w zestawieniu znalazły się owoce – 28%, a także wędliny, dania gotowe i sery - po 24%. Piłkarscy kibice chętnie sięgają też po coś mocniejszego, tj. whisky, wódkę czy prosecco. Ponadto 16% badanych kupuje piwo bezalkoholowe.

- Owoce i wędliny mają mniej wskazań niż słone przekąski, bo wymagają dodatkowego przygotowania i nie są tak łatwe do konsumpcji w trakcie meczu. Mocniejsze alkohole, jak whisky czy wódka, są często konsumowane w mniejszych ilościach i bardziej przy specjalnych okazjach, a niekoniecznie podczas kibicowania. Piwo bezalkoholowe zyskuje na popularności, ale jeszcze nie jest tak chętnie spożywane, jak jego tradycyjny odpowiednik. Dlatego też ma niższe miejsce w zestawieniu - wyjaśnia Marcin Lenkiewicz.

**Chociaż piłkarska reprezentacja Polski odpadła z Mistrzostw Europy już po fazie grupowej, to turniej wciąż trwa. Wielki finał zaplanowano na 14 lipca w Berlinie. Z okazji piłkarskiego święta kibice ruszyli na zakupy, by celebrować Euro 2024. Co i gdzie najchętniej kupowali?**

**Dobry wynik Polski zwiększyłby zyski**

Według autorów badania, podejście konsumentów do celebracji wydarzeń sportowych zmieniło się w ostatnich latach pod wpływem pandemii. – Wzrosło znaczenie domowych imprez i spotkań w mniejszych grupach. Zwiększyła się także świadomość zdrowotna, co może tłumaczyć większe zainteresowanie owocami i napojami bezalkoholowymi. Sprzyja temu też szeroki wybór produktów w promocyjnych cenach oraz łatwość organizacji domowych spotkań – zwraca uwagę ekspert z Grupy BLIX.

Według badaczy na sprzedaż poszczególnych produktów duży wpływ mogłyby mieć też wyniki, jakie osiągnęliby polscy zawodnicy. Sukces drużyny narodowej jeszcze bardziej zwiększyłby bowiem entuzjazm kibiców i zintensyfikował zakupy związane z celebrowaniem Euro 2024. Jeśli Polacy przeszliby dalej w turnieju, sprzedaż produktów prawdopodobnie jeszcze bardziej by wzrosła. Niestety, wszyscy jednak wiemy, jak się skończyła przygoda naszej drużyny.

**Gdzie robimy zakupy przed meczami?**

Wyniki badania wskazują też, gdzie konkretnie konsumenci robią zakupy. 87% respondentów kieruje się do dyskontów lub supermarketów. 28% ankietowanych wybiera hipermarkety, 14% – lokalne sklepy, a 11% – małe sklepy sieciowe. Zdaniem autorów raportu, przewaga dyskontów i supermarketów nad innymi formatami wynika z niższych cen i agresywnych promocji, zwłaszcza w kontekście trwającej wojny cenowej między głównymi graczami.

Dwa ww. segmenty zapewniają szeroki asortyment, umożliwiając kompleksowe zakupy w jednym miejscu, co jest wygodne dla konsumentów planujących większe zakupy na czas turnieju. Z kolei hipermarkety, dysponując większą przestrzenią, lepiej przygotowują się na wydarzenia takie, jak Euro 2024, tworząc specjalne strefy tematyczne z produktami kojarzącymi się z kibicowaniem.

**MATEUSZ DAMOŃSKI**

### Sieci handlowe reagują na zachowania konsumentów

# Mniej gazetek promocyjnych w sklepach

**Sieci handlowe w I kwartale 2024 r. przeprowadziły więcej akcji promocyjnych niż rok wcześniej, o czym informowaliśmy już w czerwcowym wydaniu „Społemowca Warszawskiego”. Jednocześnie o ponad 8% spadła liczba wydawanych gazetek rabatowych.**

Choć promocji przybyło, ilość gazetek spadła o 8,1% w porównaniu do pierwszego kwartału ubiegłego roku. Zdaniem Marcina Lenkiewicza, współautora raportu z Grupy BLIX, sieci handlowe mogły zmniejszyć liczbę publikacji, ale jednocześnie - zwiększyć skuteczność promocji. Według niego mogły to osiągnąć poprzez lepsze targetowanie klientów, bardziej atrakcyjne oferty lub wykorzystanie digitalowych kanałów dystrybucji.

**Więcej promocji w internecie**

Z kolei Julita Pryzmont, ekspertka z Hiper-Com Poland uważa, że mniejsza liczba gazetek w sklepach oznacza jednocześnie, że więcej promocji możemy znaleźć w internecie. - Możliwe, że sieci handlowe decydują się na konsolidację swoich ofert w mniejszej liczbie gazetek, które są bardziej skoncentrowane na promocjach. To może również odzwierciedlać trend przenoszenia niektórych promocji do środowiska online, co jest zgodne z cyfrową transformacją handlu. Co więcej, to również może oznaczać bardziej selektywne i ukierunkowane podejście do promocji. Zmiany w tych proporcjach w obecnym kwartale będą zależne od strategii marketingowych i zachowań konsumentów - podkreśla Julita Pryzmont.

W ocenie Marcina Lenkiewicza, spadek liczby gazetek może być też wynikiem działań optymalizacyjnych, zmierzających do obniżenia kosztów druku i dystrybucji. Jednocześnie sieci handlowe mogą nadal inwestować w promocje, ale w bardziej efektywne kanały, np. w e-gazetki czy e-kupony. - Nie można jednoznacznie stwierdzić, czy proporcje promocji do liczby gazetek będą identyczne w przyszłym okresie. Wiele zależy od strategii poszczególnych sieci handlowych oraz zmian na rynku. Może dojść do dalszej optymalizacji kosztów, zmian w zachowaniach konsumentów lub wprowadzenia nowych innowacyjnych rozwiązań marketingowych - dodaje ekspert z Grupy BLIX.

**W których sklepach ubyło gazetek?**

Ujemne wyniki w wydawaniu gazetek zaliczyły m.in. sieci typu cash&carry, drogerie i apteki, sklepy RTV-AGD i hipermarkety - odpowiednio o 7,1%, 4,3%, 2,6% i 1,8%. - Poszczególne formaty zmieniały swoje strategie marketingowe, co skutkowało mniejszą liczbą wydawanych gazetek. Mogły skupić się na innych formach promocji lub kanałach komunikacji z klientami, co doprowadziło do ograniczenia wykorzystania gazetek. Klienci coraz częściej sięgają po alternatywne źródła informacji o promocjach, takie jak aplikacje mobilne, co zmniejsza znaczenie tradycyjnych gazetek - zauważa Marcin Lenkiewicz.

**MATEUSZ DAMOŃSKI**

REKLAMA

### Teoria praktyki, czyli: dlaczego tacy jesteśmy?

# Jak nawyki mogą Ci pomóc?

**W poprzednim numerze podszedłem do nawyków od tej mniej atrakcyjnej strony. Jak to bywa w świecie, dla każdego ying, znajdziemy yang, zatem dziś napiszę o nich w samych superlatywach. Przynajmniej będę się starał tak zrobić… I zanim zacznę, przestrzegam Cię, że to o czym dziś przeczytasz naprawdę zadziała, jeśli Ty zaczniesz działać.**

Gdy patrzę na siebie przez pryzmat mijającej dekady, widzę, jak wiele dobrego w moim życiu zdziałały nawyki. Co zyskałem dzięki nim? Przede wszystkim bardzo dużo wiedzy, bo pierwszy nawyk, którym zacząłem wprowadzać to codzienne czytanie. Jak myślisz, od czego zacząłem? Od najmniejszego możliwego kroku… Codziennie rano brałem do ręki książkę i czytałem jedno zdanie. Brzmi to zabawnie, ale pewna magia kryje się w tym, że nawet raz nie skończyło się wyłącznie na jednym zdaniu. Powoli podnosiłem poprzeczkę i dobrnąłem do minimum 15 minut dziennie… Niewiele? Racja, są dni gdy czytam 2 godziny lub dłużej, ale moje dzienne minimum to 15 minut. Szybka matematyka - nawet jeśli przeczytanie jednej strony zajmuje minutę, to oszacuj, ile takich stron przeczytasz w ciągu roku? Na ile książek się to przełoży? I co najważniejsze - jak wiele wiedzy dzięki temu zdobędziesz?

Takie „codzienne małe kroki”, nazywane są w Japonii metodą Kaizen. Wyobraź sobie, że budowanie nawyku jest jak budowa latarni morskiej. Pierwsze dni, a czasem nawet tygodnie, to fundamenty, które po prostu muszą być solidne. Następnie cegła po cegle budujemy wysoką wieżę, która emanuje ze szczytu swoim światłem. Teraz wystarczy już tylko podsycać blask tego światła. Proste prawda? Nie? To czas na pewne tricki, które pomogą Ci zbudować Twój pierwszy nawyk.

- **Po pierwsze - jasno określ cel i zapisz go odręcznie w widocznym miejscu.** Tylko wiesz, ja nie mam teraz na myśli, żeby wypisać ten cel na sąsiednim budynku, który widzisz z okna. Wystarczy mała kartka, ale bardzo ważne jest napisanie tego odręcznie i zerkanie 2-3 razy dziennie w ramach przypomnienia. Potrzebujesz przykładu? Proszę… Sformułowałem trzy lata temu taki cel: chciałbym pisać teksty do gazet i na social media.
- **Po drugie - gdy mój cel był jasny, poszukałem odpowiedzi na pytanie: co powinienem robić, aby go zrealizować?** Odpowiedź brzmiała - czytać i pisać. Ponieważ miałem już wyrobiony nawyk codziennego czytania, zacząłem wdrażać nawyk pisania i zobacz co się stało… Piszę teksty do gazety, którą trzymasz w rękach.
- **Po trzecie - ustaw sobie jakiś wyzwalacz.** Co to oznacza? Na przykład umowę ze sobą, że „zawsze gdy wyłączę budzik, sięgam po książkę i czytam jedno zdanie”. W przypadku mojego pisania, takim wyzwalaczem było - gdy skończę poranne czytanie, zapiszę dwa zdania na temat tego, czego się dowiedziałem. I pewnie, bywało, że zapisywałem zdania typu - nie dowiedziałem się dziś nic nowego, poza tym, że styl autora jest monumentalnie infantylny.
- **Po czwarte - wdrażaj tylko jeden nawyk w danym okresie czasu.** Czasem zajmuje to 21 dni, czasem 60, a może i 360, ale uwierz mi, że warto. Czas i tak upłynie, a stawanie się lepszym to gra warta świeczki.

Unikaj pułapek związanych ze zbyt ambitnym celem na początek. Zgoda, cudownie byłoby zmienić rozmiar o dwa numery w dół, w ciągu tygodnia, ale to jest raczej niemożliwe. Jeśli do tej pory byliśmy kanapowcami, to małym krokiem będzie np. zamiana jednego z 3 batonów na jabłko i wysiadanie przystanek wcześniej albo parkowanie nieco dalej od domu. Jeśli z trudem budzisz się o 6:30, to nie ma co się oszukiwać, że od teraz będziesz wstawać o 5:00. To zadziała przez kilka dni, ale koszta będą zbyt wysokie, a na efekty trzeba poczekać.

Spróbuj pójść spać 5 minut wcześniej i wstać 5 minut wcześniej, następnie wydłużaj ten czas o minutę lub dwie co kilka dni. Pracy jest sporo, ale spokojnie, uda Ci się. Wierzę w Ciebie i życzę Ci powodzenia!

EDUKATOR

### Święto Latawca

# „Nasz festiwal jest miejscem dla każdego…”

**W sobotę 8 czerwca br. w Wyszkowie odbył się VIII Wyszkowski Festiwal Latawcowy. Od godziny 10:00 czynna była rejestracja uczestników, którzy za udział w imprezie otrzymywali pamiątkowy dyplom, drobny upominek oraz numer startowy swojej aerodyny. I choć nie zawsze sprzyjał wiatr, była to impreza wysokich lotów.**

Uczestnicy festiwalu mogli bez ograniczeń częstować się słodkimi wypiekami z piekarni „Społem”, lemoniadą, watą cukrową, prażoną kukurydzą i grillowanymi kiełbaskami. Na miejscu znajdowała się także grupa animatorów dziecięcych, którzy prowadzili zabawy dla najmłodszych oraz proponowali inne atrakcje m.in. malowanie twarzy, tatuaże i bańki mydlane.

Sędzia główny festiwalu, Jan Hryniewicz - wieloletni dyrektor i nauczyciel w jednej z wyszkowskich szkół powiedział: - Robimy festiwal, który jest miejscem dla każdego. Zapraszamy szkoły i przedszkola, są zwycięzcy indywidualni, ale każdy reprezentant danej placówki zdobywa punkty, dzięki którym przedszkola i szkoły, otrzymują nagrody specjalne.

Organizatorzy wyróżnili 4 kategorie: latawce płaskie, skrzynkowe, fabryczne oraz open. W ostatniej z nich startować mogli uczniowie szkół ponadpodstawowych oraz dorośli - nie brakowało entuzjastów, którzy skorzystali z tej możliwości. Trzynastoletnia Rozalia była pierwszą uczestniczką, która sprawdziła w locie własnoręcznie wykonany latawiec skrzynkowy. - Chciałam żeby mój latawiec odzwierciedlał mnie i moje zainteresowania, dlatego ozdobiłam go kotami i gwiazdkami, które bardzo lubię. Uczestniczka przygotowywała swój latawiec przez około 1,5 godziny.

Spośród wielu bardzo zaangażowanych uczestników, szczególną uwagę naszej redakcji przykuła 12-letnia Amelka, która pracowała nad swoim latawcem ponad 2 dni: - Najtrudniejsze było napisanie na materiale hasła, które wymyśliłam. Chciałam, żeby wyglądało to ładnie i było czytelne, gdy latawiec wzniesie się w powietrze.

Około godziny 12:30 ponad 60 uczestników z własnoręcznie wykonanymi latawcami oraz 11 z latawcami fabrycznymi, zakończyło swoje prezentacje oraz loty. Jury rozpoczęła obrady, których celem było wyłonienie zwycięzców w każdej kategorii, wicemistrzów oraz brązowych medalistów. Laureaci otrzymali wartościowe nagrody w postaci m.in. gier planszowych. Poza wymienionymi wyżej kategoriami, przyznano nagrody specjalne m.in. dla najmłodszego uczestnika (2,5 roku) oraz najlepsze hasło reklamowe PSS Społem Wyszków. Nagrody wręczali: Piotr Płochocki Burmistrz Wyszkowa, wiceburmistrz Alicja Staszkiewicz, i Marek Kędzierski Prezes Zarządu „Społem” PSS w Wyszkowie.

Organizatorzy wspominali ś.p. redaktora Dariusza Gierycza. Zostanie on zapamiętany jako człowiek, który kochał swoją pracę i niezwykle profesjonalnie ją wykonywał.

Podsumowując imprezę Marek Kędzierski powiedział z dumą, że bardzo cieszy go rosnące zainteresowanie festiwalem i życzy sobie oraz całej społeczności Wyszkowa, aby w kolejnym roku było jeszcze więcej uczestników. ■

### Mazowiecka Agencja Handlowa „Społem” nagrodzona

# Medal Europejski

**W dniu 11 czerwca 2024 r. w Warszawie odbył się finał XXXV edycji konkursu Medal Europejski.** Business Centre Club wraz z Europejskim Komitetem Ekonomiczno-Społecznym przyznał Medal Europejski Mazowieckiej Agencji Handlowej „Społem” Sp. z o.o. Medal odebrała Jadwiga Wójtowicz-Garwoła - Prezes Zarządu.

Medal Europejski to rekomendacja wystawiona wyróżnionym produktom i usługom przez najważniejszą dla przedsiębiorców instytucję działającą przy Komisji Europejskiej - Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny wraz z Business Centre Club. Ma promować wyroby i usług oferowane przez polskie firmy na rynku Unii Europejskiej oraz popularyzować europejskie standardy i przepisy obowiązujące w UE.

Business Centre Club to organizacja zrzeszająca i promująca polskie przedsiębiorstwa w kraju i Europie. To również różnorodna pomoc polskim przedsiębiorcom w zdobywaniu wiedzy o stosowanych w świecie rozwiązaniach organizacyjnych i technologicznych. MAH „Społem” jest członkiem tej prestiżowej organizacji od 2011 r. ■

## Poradnik sprzedawcy

# „Zetki” za ladą

Opisywany już tu employer branding, czyli pokazywanie się przez pracodawcę jako atrakcyjny i wart pozostania na dłużej w czasach pracowniczej rotacji, wymaga od firm zdobywania wiedzy, czego szukają kandydaci. They.pl i Szkoła Wyższa Służb Społecznych pochyliły się nad grupą 2,5 tys. 18-25-latków m.in. pod tym kątem.

Zwyczajowo uważa się ich za „skoczków” i coś w tym jest. Autorzy raportu cytują za portalem Pracuj.pl, że 59 proc. „zetek” szuka nowej pracy albo planuje ją wkrótce zmienić. Z drugiej strony to pokolenie kryzysu ma duże obawy o swoją przyszłość, mimo faktu bycia wspieranym finansowo przez rodzinę - 58 proc. badanych czerpie przychody z pracy, 78 proc. - od rodziny. Młodzi dorośli w 72 proc. jako stresujący wskazywali potencjalny brak pracy, a w 63 proc. brak stabilności zatrudnienia. Być może więc testują coraz to nowe firmy, wiedząc, że pewnego dnia trzeba będzie gdzieś osiąść na stałe, a wówczas oferty pracy mogą okazać się rozczarowujące lub ich zabraknie.

Co jest ważne dla „zetek”? Dla 52 proc. jest to samorozwój, a tylko dla 18 proc. praca. Ze zdaniem „pracuję, aby się rozwijać” zgodziła się grupa 64 proc. badanych, 55 proc. pracuje, bo musi. Każdy, kto współpracuje z Gen Z, miał okazję się przekonać, iż do poświęcających się dla dobra firmy raczej nie należy. Z raportu wynika, że prawie połowa z badanych nie zgadza się ze zdaniem „pracuję, aby dokonać pozytywnej społecznej zmiany”. Wnioski? Jako motywator do pracy zadziałać może na młodych nie tyle prośba o darmowe nadgodziny dla dobra firmy i jej utrzymania na rynku, ile raczej propozycja udziału w ciekawym i przydatnym szkoleniu, z którego wiedzę spożytkują na co dzień, a w razie odwrotu - u kolejnego pracodawcy. Tak działa ta „waluta”, młodzi dorośli chcą, aby o nich zabiegać i na rynku pracownika to oni decydują.

**Nie da się mówić o nowym pokoleniu dorosłych tylko jako o klientach. To także pracownicy! A że tych brakuje na rynku, warto wiedzieć, czego potrzebuje Gen Z, aby zakotwiczyć u pracodawcy.**

93 proc. ankietowanych polskich „zetek” uważa, że ogłoszenia o pracę powinny zawierać proponowane kwoty zarobków. Tej rewolucji raczej nic nie zatrzyma, tym bardziej że za dwa lata pracodawcy mają ujawniać początkowe stawki na stanowiskach w ramach dyrektywy UE. Wiedza o zarobkach ma znaczenie, bo dla 78 proc. badanych „zetek” wysoka pensja to jedna z kluczowych podstaw do wyboru pracodawcy. Kolejne? Dobra atmosfera w pracy (64 proc.), elastyczny czas pracy (51 proc.), możliwość rozwoju i awansu (47 proc.), praca hybrydowa (33 proc.).

Ostatni punkt może niepokoić w sytuacji, gdy potrzeba nam rąk do pracy przy sklepowych kasach. Jednak spójrzmy na to oczami 20-latka: przecież i tak handel będzie zmierzał do ucyfrowienia i przesyłania produktów ze sklepów internetowych do klienta, a więc sprzedawca niedalekiej przyszłości może faktycznie większość procesów obsłużyć, będąc w domu na tzw. zdalnym.

**MONIKA KARPOWICZ**

# Jak kupują „zetki”?

Christel Ciekawą próbę opisu podjęły agencja interaktywna They.pl oraz Szkoła Wyższa Służb Społecznych, biorąc pod lupę 2,5 tys. 18-25-latków z polskich miast i wsi. 6 proc. z badanych używało social mediów już przed 6 rokiem życia...

Jakie są „zetki” jako konsumenci? 17 proc. z nich zadeklarowało badaczom, że robi zakupy głównie przez internet, a 38 proc. - po równo online i w tradycyjnych sklepach. Aż 30 proc. z nich kieruje się polecajkami od znajomych i przyjaciół, 9 proc. od rodziny, a tylko 3 proc. - od influencerów. Być może wpływ na to ma fakt, że inaczej niż poprzednie pokolenia, które buntowały się przeciwko starszym i chętnie wywracały świat do góry nogami, ta nowa generacja dorastała w świecie, który wywrócił się sam (pandemia, wojna w Ukrainie). Wyższy poziom lęku przed niestabilnością może warunkować przywiązanie do więzi z innymi ludźmi i liczenie się z ich opinią.

75 proc. młodych kupuje w sklepach sieciowych, jak przypuszczają badacze, kierując się pragmatyzmem, dostępnością i cenami, ale też odpowiedzialnością społeczną marek i akcjami, jakie one organizują. Jednocześnie aż 56 proc. Gen Z kupuje w „ciuchlandach”. Tylko pozornie nie ma to związku z interesującym nas handlem spożywczym - świadczy bowiem o zaangażowaniu tej generacji w powstrzymanie marnotrawstwa i o jej eko-świadomości. A to można przekuć także na dziedzinę dóbr szybkozbywalnych.

**Najszerzej dyskutowane pokolenie w dziejach faktycznie różni się od poprzednich tym, że dorosło w okresie skoku technologicznego. Co jest dla niego ważne, co kieruje nim przy wydawaniu pieniędzy?**

Dla 34 proc. badanych jednym z kluczowych czynników wyboru marki jest to, czy jest znana. Ale także to, czy producent jest szczery w swoich deklaracjach o działaniu na rzecz społeczeństwa i klimatu: dla 22 proc. marka musi być społecznie odpowiedzialna, dla 27 proc. - ważne, czy produkowana jest w Polsce (a więc opinia o zapatrzeniu się młodych w Zachód nie do końca jest prawdziwa), a dla 23 proc. czy jest eko, lub nie bazuje na wykorzystywaniu taniej siły roboczej (czyli np. nosi na opakowaniach znak zrównoważonego handlu Fair Trade).

## Trendy zakupowe

Najwięcej „zetki” wydają na żywność (71 proc., ale twórcy badania podkreślają, że to pokolenie lubi stołować się poza domem, co podnosi stawkę), pasje (36 proc.) i kulturę (28 proc.). Coraz głośniej jest o kupowaniu bezpośrednio w social mediach, gdzie klika się w zdjęcie produktu i „ląduje” w sklepie internetowym. Tymczasem w tym badaniu 42 proc. młodych respondentów uznało, że nie szuka tam nowych produktów. Reszta robi to z różną częstotliwością (33 proc. czasem, 13 proc. nigdy).

Jeśli zaś ktoś martwi się, że nie potrafi marketingowo trafić do ich pokolenia, powinien wiedzieć, że tylko 26 proc. „zetek” badanych przez SWPS i They.pl uważa, iż polskie marki nie umieją się z nimi komunikować. Dla 75 proc. ankietowanych nie ma to żadnego znaczenia. A więc pocieszeniem jest, że po prostu polski rynek uczy się języka tej nowej siły, po której wielu spodziewa się, iż zmieni ona zastany świat - oby na lepszy.

**MONIKA KARPOWICZ**

## Biblioteczka handlowca

# Innowacje na nowo

James P. Andrew jest dyrektorem Boston Consulting Group kierując działalnością firmy w zakresie innowacji. Jego koncepcje wdrażane w całym świecie cieszą się dużym uznaniem. Pracuje z czołowymi firmami przy tworzeniu strategii innowacji, modyfikowania procesów rozwoju produktów i konsolidowaniu organizacji.

Harold L. Sirkin, zajmujący także stanowisko dyrektorskie w BCG, kieruje globalną działalnością operacyjną firmy. Uznawany jest za luminarza w sferze opracowywania technik rentownego wzrostu takich jak efektywność operacyjna i wykorzystanie technologii informacyjnych. Publikuje w Business Week i Harvard Business Review.

Ci dwaj doświadczeni praktycy i teoretycy ekonomiki przedsiębiorstwa postanowili podzielić się swą wiedzą wydając książkę „Od pomysłu do zysku” traktującej, najogólniej mówiąc, o umiejętności właściwego wykorzystania procesów mających wpływ na zysk.

Na początku autorzy wyrażają przekonanie, że każda firma może wprowadzać innowacje i osiągać z nich przyzwoity zysk, jeżeli konsekwentnie ustala jasno określone cele dotyczące innowacji, wybiera optymalny model biznesowy, przygotowuje cała organizację wewnętrzną do innowacji i stawia na kierownictwo, które będzie zachęcać i motywować pracowników do innowacyjności. Wszystko w zasadzie proste. Tylko jak dokładnie to zrobić? - I tu wchodzimy w przepisy szczegółowe.

Zaczynamy od określenia czym jest zysk, zwracając uwagę na jego składowe czyli koszty początkowe, szybkość wprowadzenia produktu na rynek, skalę czyli wielkość produkcji i koszty pomocnicze. Zwracamy uwagę na czyhające tu pułapki by nie polec tak jak firma Polavision, która wprowadziła do sprzedaży będące technicznym majstersztykiem kamery do kręcenia błyskawicznych filmów na taśmie 8 mm, ale nakłady początkowe i długi czas wchodzenia na rynek dały przegraną z kamerami video i zostawiły firmę z niesprzedanym towarem wartym blisko 200 mln. dolarów.

Przechodzimy do poszukiwania optymalnego modelu biznesowego w innowacjach. Do wyboru mamy trzy. Integrator oznacza, że firma jest właścicielem całego procesu, koordynacja, czyli współpraca z innym podmiotem wymaga przede wszystkim mniejszych nakładów, a licencjonowanie daje, zwłaszcza mniejszym firmom, szansę na skorzystanie z opracowań zewnętrznych.

Istotne przy innowacyjności są korzyści pośrednie mogące prowadzić do zysków finansowych, choć najczęściej w dłuższej perspektywie czasowej. To może być na przykład wiedza objawiająca się w formie patentów, praw autorskich, czy wzornictwa. To może być wpływ na postrzeganie marki, bo po prostu będzie ona postrzegana jako innowacyjna. Nie bez znaczenia jest oddziaływanie na organizację jako że firmy innowacyjne potrafią skuteczniej od innych przedsiębiorstw przyciągać, zatrzymywać i motywować pracowników mających szczególne kwalifikacje do tworzenia nowych produktów i usług,

Książka stanowi niezwykle bogaty materiał dla kierownictw firm jak i dla badaczy zajmujących się tą materią. Treści ilustrowane są licznymi przykładami, wszystko zaś opatrzone bogatą listą przypisów.

Czy zatem warto by zwykły czytelnik się w nią zagłębiał? - Myślę, że tak. W końcu, jeśli oczywiście zastosujemy odpowiednią skalę, każdy z nas funkcjonuje jako pewnego rodzaju przedsiębiorstwo i umiejętność wprowadzania innowacji we własne życie na pewno może się przydać.

**JAROSŁAW ŻUKOWICZ**

„Od pomysłu do zysku”, James P. Andrew i Harold L. Sirkin, wydawnictwo MT Biznes, seria Biznesola

## Piękne, mało znane...

**W przedpokoju Sali Wielkiej Zamku Królewskiego w Warszawie znajduje się pewien XVIII-wieczny obraz, który powstał, by przekazać widzom szczególne przesłanie. Po łacinie brzmiało ono *Concordes Invictis* czyli „zgodni - niezwyciężeni". Ponieważ jest ono bliskie spółdzielczemu hasłu „Razem - łatwiej" przyjrzyjmy się temu dziełu.**

Przedstawiony jest na nim wysoki namiot, który osłania łoże z leżącą postacią starszego mężczyzny w turbanie. Wokół łoża gromadzą się osoby - z tyłu grupa kobiet, na pierwszym planie półnadzy umięśnieni wojownicy, którzy z wysiłkiem mocują się z grubą wiązką strzał. Z lewej strony przyklęknął młody chłopiec ze złamaną strzałą. Cóż znaczy ta dziwna, orientalna scena? Z pomocą przychodzi zapisany w katalogu kolekcji królewskiej tytuł obrazu: „Scilurus, król Scytów na łożu śmierci nakazuje dzieciom zgodę".

Tytuł ten przywołuje historię opisaną w „Moraliach" Plutarcha, gdyż właśnie tam wspomniany jest scytyjski król Scylurus. *Czując nadchodzącą śmierć wezwał swoich synów i rozkazał najmłodszemu złamać pojedynczą strzałę, a następnie starszym synom złamać cały pęk strzał. Pokazał im na tym przykładzie jak zjednoczenie wysiłków i wspólne działanie sprawi, że będą niepokonani*[1].

1. cyt. za: Zamek Królewski w Warszawie. Malarstwo do 1900. Katalog zbiorów, s. 251.

Wcześniej temat ten pojawił się, (choć bez scytyjskiego władcy) w bajce Ezopa „Stary człowiek i jego synowie". Ze względu na moralne przesłanie bajka ta znana była również pod tytułem „Wiązka patyków". Był to prosty, czytelny symbol budującej zgody, dawniej wykorzystywany przez różne stowarzyszenia i organizacje.

Znał go także młody król Stanisław August Poniatowski. Zdobywszy koronę Rzeczypospolitej starał się wykorzystać wszelkie środki, także sztuki piękne, do propagowania idei na których chciał oprzeć swoje rządy. Dlatego wkrótce po koronacji, w 1765 roku, zamówił w Paryżu cztery alegoryczne obrazy ilustrujące cnoty, jakimi powinien odznaczać się dobry władca oraz dobry obywatel. „Scirulus król Scytów..." jest właśnie jednym z tych dzieł, które szczęśliwym trafem przetrwały do naszych czasów. Wykonał go paryski malarz Noël Hallé według ścisłych instrukcji króla.

Stanisław August doskonale zdawał sobie sprawę, że obejmuje władzę w państwie słabym, targanym wewnętrz-

nymi konfliktami. Obraz miał być nie tylko ozdobą, ale pouczeniem dla wizytującej zamek szlachty i wskazywać jej właściwą drogę.

Cztery obrazy z królewskiego atyszambru są najstarszymi malarskimi świadectwami programu politycznego Stanisława Augusta. Warto spojrzeć na nie podczas kolejnej wizyty w Zamku Królewskim, zatrzymać się i pomyśleć, czy również nam mają coś do powiedzenia? (KZ)

## Domowe dania

# BÓB

**Bób to jedno z najbardziej dominujących letnich warzyw. Dostępny na licznych straganach. Jest nie tylko pyszny i sycący, ale też bardzo zdrowy i bogaty w białko. Warto zatem włączyć go do diety, komponując letnie świeże menu.**

### Sałatka z bobem i młodymi ziemniakami

*30 dag bobu ✕ 6 połówek suszonych pomidorów z oleju ✕ 4 średnie ziemniaki ✕ 1 młoda cebulka - część biała i zielona.*
**Sos:** *✕ 3 łyżki oliwy spod pomidorów ✕ 2 wyciśnięte ząbki czosnku ✕ 1 łyżka octu balsamicznego ✕ sól ✕ pieprz*

Bób ugotować do miękkości. Ziemniaki ugotować w mundurkach, a następnie obierać i pokroić w większą kostkę. Pomidory pokroić w paski, a cebulkę poszatkować. Całość wymieszać i polać sosem. Wstawić do lodówki na około godzinę, by smaki się połączyły.

### Placuszki z bobu

*40 dag bobu ✕ 1 cebula ✕ 2 jajka ✕ 1 szklanka bułki tartej ✕ 1 łyżka masła ✕ mąka do panierowania ✕ ½ pęczka koperku ✕ olej do smażenia ✕ łyżka soku z cytryny ✕ sól ✕ pieprz.*

Bób ugotować, odcedzić i obrać ze skórek. Cebulę posiekać. Bób pokroić lub rozgnieść widelcem. Koperek posiekać. Masło stopić na patelni, wrzucić cebulę, przesmażyć. Bób wymieszać z cebulą, jajkiem i 2 łyżkami bułki tartej i połową koperku. Wyrobić, przyprawić solą i pieprzem. Z masy uformować kotleciki i panierować je w mące, jajku i bułce tartej. Smażyć na rozgrzanej patelni na rumiano. **(Tartinka)**

### Bób z ziołami i białą kiełbasą

- *1 kg bobu*
- *2 plastry boczku*
- *1 młoda cebula*
- *2 ząbki czosnku*
- *40 dag białej kiełbasy*
- *3 łyżki oliwy*
- *100 ml białego wina*
- *tyleż wody*
- *kilka łyżek posiekanej mięty i natki pietruszki*
- *1 liść laurowy.*

Bób ugotować i wyłuskać. Kiełbasę włożyć do zimnej wody, doprowadzić do wrzenia i gotować 5 minut, odcedzić i pokroić w grube plastry. Pocięty drobno boczek podsmażyć w oliwie, dodać posiekaną cebulę i czosnek, podsmażyć kilka minut, wlać wino i wodę. Kiedy płyn wyparuje, dodajemy kiełbasę i liść laurowy. Dusimy na małym ogniu pod przykryciem 10 minut. Dodać bób i zioła, sól i pieprz i gotować jeszcze 10 minut bez pokrywki. Podawać z chrupiącą bagietką lub wiejskim chlebem.

## Przysłowia na Lipiec

- Czego lipiec i sierpień nie dowarzy, tego wrzesień nie usmaży.
- Miód lipcowy, to miód zdrowy.
- Miesiąc lipiec musi przypiec i ostatki mąki wypiec.
- Jak po lipcu gorącym sierpień się ochłodzi, to później zima z wielkim śniegiem chodzi.

# HOROSKOP

**BARAN 21.III-20.IV**
Kreatywność , błyskotliwość entuzjazm pomogą w kontaktach z wieloma osobami. Zadbaj o kondycję.

**BYK 21.IV- 21.V.**
Dzięki Twojej empatii i intuicji możesz oczekiwać wsparcia innych osób. Wykorzystaj kanikułę na czynny odpoczynek

**BLIŹNIĘTA 22.V- 21.VI**
Wolne chwile w dużej mierze poświęcaj najbliższym, wykorzystując sprzyjający temu czas wakacji.

**RAK 22.VI - 22.VII**
Miej na uwadze fakt , że życiowy sukces to suma małych wyników powtarzana niemalże codziennie. Powodzenia.

**LEW 23.VII - 22.VIII**
Czas ocenić swoje zdrowie jeszcze w tym miesiącu , aby podjąć racjonalne działania w kolejnych miesiącach tego roku

**PANNA 23.VIII – 22.I**
Cierpliwość jest kluczem do osiągnięcia wielu celów. Poczekaj na efekty dotychczasowych działań.

**WAGA 23.IX.23.X**
Ważne, aby myśleć pozytywnie, pamiętaj że twoje myśli kształtują nie tylko sprawy tu i teraz.

**SKORPION 24.X- 22.XI**
Innowacyjne pomysły dadzą ci wiele satysfakcji. Jak najlepiej wykorzystaj czas kanikuły.

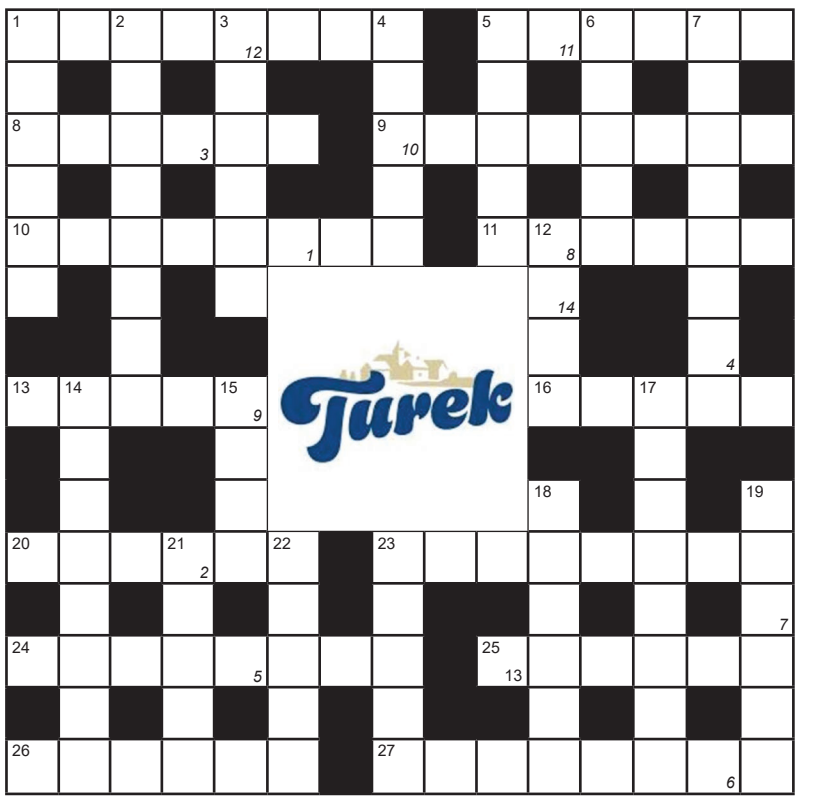
**STRZELEC 23.XI- 23.XII**
Precyzja i skrupulatność przynoszą niemalże zawsze sukcesy. Dyplomacja pomoże pokonać ewentualne niepowodzenia..

**KOZIOROŻEC 24.XII- 20.I**
Do parku na łono natury ,jeśli nie urlop związany z wyjazdem. Potrzeby bliskich zaspokajaj. W miarę możliwości, nie na siłę.

**WODNIK 21.I- 20.II**
Dążenie do doskonałości popłaca , ale osiągnąć perfekcję może być trochę trudno. Poświęć więcej czasu na swoje sprawy.

**RYBY 21.II- 20.III**
Postaraj się znaleźć złoty środek między pracą a relaksem. Relaks na świeżym powietrzu pomoże ukoić nerwy, nabrać siły na dalsze dni.

## Krzyżówka z hasłem / nr 7 / 2024




Litery w prawym dolnym rogu od 1-14 utworzą hasło.

**Pozimo:** 1. jest nim śmigłowiec, wiroszybowiec, 5. moneta zdawkowa Czech, 8. ciekła pozostałość po próżniowej destylacji ropy naftowej, 9. na śniadanie lub deser, 10. żabka nadrzewna, 11. najwcześniej skolonizowane przez Francuzów terytorium Kanady, 13. m. w Macedonii, 15. w muzyce zwinnie, żywo, 20. kaszubski instrument muzyczny, rodzaj trąby, 23. jeden z najwybitniejszych poetów rzymskich autor min. „Sztuki kochania", 24. uczestnik gry w piłkę, 25. posłaniec, 26. okup, nieuzasadniona danina, 27. określenie ubrań bardzo zniszczonych.

**Pionowo:** 1. słodkowodna ryba, 2. roślina zielona z rodziny astrowatych, 3. pseudonim Antoniego Słonimskiego, 4. lekki dwukołowy pojazd jednokonny, dwu lub czteroosobowy, 5. tytuł opery Stanisława Moniuszki, 6. Ludmiła familiarnie, 7. nazwisko holenderskiego malarza, grafika, pejzażysty - „Krajobraz z wodospadem", 12. skupisko traw, 14. zasadowy barwnik stosowany do barwienia wełny, jedwabiu, bawełny, 15. podwarszawska miejscowość, 17. hormon wytwarzany w trzustce, 18. może być bezwarunkowy,19. bardzo ciemny kolor, 21. m. w woj. pomorskim, 22. Indianin Ameryki Płn., 23. w godle Polski.

Prawidłowe odpowiedzi nadesłane do 31 lipca br. za pośrednictwem poczty lub drogą elektroniczną wezmą udział w losowaniu nagrody ufundowanej przez Mleczarnię „Turek".

**Rozwiązanie Krzyżówki nr 5/2024**

**Poziomo:** 1. polityka, 5. gawron, 8. Legion, 9. Posejdon, 10. Szpilman, 11. Apacze, 13. piano, 16. Ustka, 20. Huroni, 23. stokłosa, 24. kalambur, 25. Plauen, 26. Gurara, 27. piękność.
**Pionowo:** 1. polisa, 2. logopeda, 3. trolle, 4. alpan, 5. gąska, 6. wojna, 7. opocznik, 12. Pegu, 14. inkunabu, 15. ogon, 17. tukotuko, 18. skalik, 19. palnąć, 21. Omaha, 22. imbra, 23. strop.

Hasło: FLAMIN HOT

Społemowiec Warszawski
ISSN 1231-2967

MIESIĘCZNIK WARSZAWSKIEJ SPÓŁDZIELCZOŚCI SPOŻYWCÓW. Adres redakcji: 00-042 Warszawa, ul. Nowy Świat 53, tel. 22 826-69-28, redaktor naczelny: Klementyna Zygarowska-Tomza, stali współpracownicy: Danuta Bogucka, Mateusz Damoński, Jolanta Jędrzejewska, Monika Karpowicz, Jarosław Żukowicz.
PRENUMERATA ROCZNA dostępna tylko za pośrednictwem redakcji. Cena 90 zł (plus VAT). E-mail: spolemowiec@wss.spolem.org.pl Wydawca: „Społem" Warszawska Spółdzielnia Spożywców Śródmieście, 00-042 Warszawa, ul. Nowy ŚWIAT 53. Druk: COAR, 02-903 Warszawa, ul Powsińska 69/71