



CHLEB NASZ POWSZEDNI
Z DANYCH WYNIKA, ŻE NALEŻMY
DO PAŃSTW, SPOŻYWAJĄCYCH
NAJWIĘCEJ PIECZYWA! » s. 4

Chcesz poprawić standardy obsługi w swoim sklepie?

Profesjonalne szkolenia dla:

- ✓ kierowników
- ✓ handlowców
- ✓ sprzedawców

www.polwita.pl



www.topsprzedawca.eu

TOP

sprzedawca

DWUMIESIĘCZNIK

nr 7 maj/czerwiec 2011

ISSN 2081-4860



Centrum Szkoleniowe
Przemysłu Mięsnego



Grillowanie czas zacząć!

Majowy weekend to początek wielkiego grillowania, które trwa do późnej jesieni. Ten sposób spędzania wolnego czasu króluje w naszym kraju od lat. Jak się do niego odpowiednio przygotować?

Co grillować?

Myli się ten, kto uważa, że wystarczy na rozgrzany węgiel drzewnym ruszt położyć kawałek mięsa bądź kiełbasy, by móc delektować się pysznym jedzeniem. Grillowanie to wyższa

szkoła jazdy! A jak zostać mistrzem? Wystarczy przestrzegać kilku zasad.

Podstawowy i niezbędny warunek to wybór właściwego mięsa lub kiełbasy. Należy bowiem pamiętać, że nie każdy rodzaj mięsa na-

daje się do grillowania, a nie każda kiełbasa będzie równie dobrze smakować. Mięso powinno być chude, świeże i surowe. Dotyczy to zarówno wołowiny, wieprzowiny, jak i innych rodzajów. Najlepsze części z wołowiny, to polędwica, zamarynowany antrykot, a z wieprzowiny: karkówka lub polędwiczki wieprzowe. Najlepiej pokroić je na nieduże kawałki, by równomiernie się piekły. Należy pamiętać, że różne mięsa wymagają różnego czasu pieczenia. Wołowinę możemy przygotować na krwisto, średnio-krwisto lub bardzo wypieczoną. Gdy chcemy, aby na naszym wołowym steku pojawiła się charakterystyczna kratka, układamy mięso na grillu, czekamy około 5 minut, a następnie tyle samo czasu opiekamy je z drugiej strony. Wołowiny nie można przesmażyć, bo robi się łykowata i niesmaczna. Cielęciny i wieprzowinę piecze się dłużej od wołowiny. Kotlety wieprzowe lub inne kawałki mięsa upieką się równomiernie, jeśli nie będą grubsze niż 2 centymetry. Jeśli chcemy, by były soczyste trzeba je kilka razy przewrócić. Ponieważ sól powoduje wysychanie pieczonej potrawy, solimy ją dopiero na samym końcu. Nie można grillować wszelkich konserw i mięs peklowanych. Substancje peklowe i konserwujące, np. saletra w wysokiej temperaturze rozkładają się do silnie rakotwórczych nitrozoamin. Mrożonki też nie nadają się na grilla. Warzywa i mięso przed położeniem na ruszt muszą mieć temperaturę pokojową. Wtedy będą jeszcze smaczniejsze. Przed pieczeniem warto zamarynować mięso na 2-3 godziny, żeby skruszało.

A co z tak lubianymi przez wielu kiełbasami? Od kilku lat polscy producenci wędlin przygotowują na sezon letni specjalne kiełbaski grillowe, co znacznie ułatwia wybór klientom i sprzedawcom. Na szczęście dla wszystkich smakoszy do grillowania nadaje się praktycznie każdy rodzaj kiełbasy, pod warunkiem, że nie jest ona podsuszana.

Zdrowie przede wszystkim

Choć przy grillowaniu należy przestrzegać kilku ważnych zasad, » [czytaj dalej s. 3](#)

GRILLOWE AKCESORIA

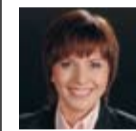
Obecnie na rynku dostępna jest cała masa grilli wraz z potrzebnym osprzętem do przekładania i nakładania mięsa. Poczynając od turystycznych, które po złożeniu praktycznie nie zajmują miejsca, poprzez grille opalane węgiem drzewnym lub brykietem, aż po grille

gazowe i elektryczne, a także jednorazowe, przydatne na wszelkich jednodniowych piknikach, które być może warto wprowadzić do oferty małych sklepów spożywczych (obok plastikowych talerzyków, kubków, sztućców i tacek jednorazowego użytku) w se-

zynie letnim. Podstawowymi narzędziami potrzebnymi do grillowania są: szczypce, łopatki do przewracania pieczonych kawałków, patyczki do szaszłyków, kratki, w których ułożyć można kawałki mięsa, bądź rybę, by się nie rozpadła.



NASZA ANKIETA



Na zakupach
z gwiazdą

„Lubię sprzedawców, którzy doradzą dobrą wędlinę i mięso. Pani jest tak przekonująca, że zawsze namówi mnie na o wiele za dużo”

Czy znani ludzie lubią chodzić na zakupy? Co najczęściej wkładają do swojego koszyka? Czy mają swoje ulubione sklepy? O odpowiedzi na pytania naszej ankiety prosimy znanych ludzi. Dziś na nasze pytania odpowiada Marta Kielczyk, dziennikarka i prezenterka telewizyjnej Panoramy oraz Polskiego Radia. » s. 7

PORADY SPOD ŁADY

Wodzenie za nos, czyli aromamarketing

Jak zapach wpływa na zwiększenie chęci kupowania, czy aromamarketing to dziedzina, która pomoże pozyskać nowych klientów i czym powinien „pachnieć” nasz sklep, by kupujący chcieli w nim robić zakupy? Odpowiedzi na te pytania znajdziecie na » s. 5

PRAWO NA CO DZIEN



Zatrudnienie
na wakacje

Zbliża się trudny okres dla niektórych właścicieli sklepów spożywczych. Lato to czas, kiedy wszyscy chcą odpoczywać na urloпах. Jak sobie poradzić z brakami kadrowymi w tym okresie? Jeśli zdecydujemy się na dodatkowe osoby do pomocy, jaką umowę o pracę najlepiej podpisać, by nie mnożyć kosztów. Czy i na jakich zasadach można zatrudnić nieletnich pracowników? » s. 8

Nie masz czasu i możliwości śledzić na bieżąco, jakie nowe produkty ukazały się na rynku? Podpowiadamy, co warto zamówić, by urozmaicić półki sklepowe!

PRZEBÓJ NA LETNIE IMPREZY Trzy nowe kompozycje smakowe napojów nie tylko orzeźwiają, ale również stanowią bazę do drinków, przy których ze szczególnym upodobaniem relaksujemy się podczas wakacyjnych urlopów. Przy użyciu **Garden Party Drink** limonka – mięta przygotowujemy świetne Mojito. Garden Party Drink kaktus – limonka doskonale nadaje się do przyrządzenia drinka Kaktus Fresh, zaś Garden Party Drink pomarańcza – ananas to idealna baza dla Sunshine.



1
cena od:
3,70 zł



8
cena od:
1,69 zł

SZLACHETNE ROSOŁY
Rosole szlachetne **Knorr** to buliony w popularnych odmianach smakowych – drobiowo-wołowych oraz drobiowo-warzywnym. Nowe kostki nadają się do stosowania zarówno jako samodzielny sposób na pyszną zupę lub jako bazę do przyrządzania ulubionych, ciepłych posiłków. Oba produkty zawierają starannie dobrane mieszanki przypraw, warzyw oraz ekstraktów mięsnych.
cena: 6 kostek – 1,69 zł; 12 kostek – 3,33zł; 18 kostek – 4,52zł.



POMIDOROWE NOWOŚCI
Pomidory przez cały rok to jest to, co lubimy. **Lowicz**, pomidorowy ekspert, wzbogacił swoją ofertę o trzy nowe produkty pomidorowe przydatne w każdej kuchni: przecier w kartonie o poj. 500 ml oraz pomidory całe i krojone w puszcze o poj. 400 ml.

2
cena:
3,60 zł



JAK U MAMY
Firma **Virtu** poszerzyła swoją ofertę o pierogi leniwe. Ich tajemnicą jest wysokiej jakości ser twarogowy, dzięki któremu stają się wyjątkowe. Podawane na słodko z roztopionym masłem i tartą bułką lub sosami owocowymi na pewno znajdą zwolenników wśród małych i dużych smakoszy.

5
cena:
5,49 zł



9
cena:
1,01 zł

ROSÓŁ INNY NIŻ WSZYSTKIE
Często podczas aktywnego dnia mamy ochotę na małą przerwę. Świetnym sposobem na chwilę relaksu jest nowy **Knorr** Rosół z kury z nutą trawy cytrynowej. Nowy wariant popularnej serii **Gorące Kubki Knorr** – Rosół z kury z nutą trawy cytrynowej to dobrze znany smak rosółu z niebanalnym dodatkiem, idealny dla osób, które nieustannie szukają nowych, kulinarnych doznań. Tradycyjny smak bulionu został wzbogacony akcentem trawy cytrynowej.

OBIAD DLA DUŻEGO I MAŁEGO NIEJADKA
Marka **Knorr**, wprowadza na rynek dwa produkty – **Fix** Chrupiące placki ziemniaczane Knorr oraz **Fix** Puszyste placki z jabłkami Knorr. Nowa większa paczka sprawia, że z jednego opakowania można przygotować aż 20 sztuk placków. **Fix Knorr** to gotowy sposób na obiad dla całej rodziny. Nowe **Fixy Knorr** nie zawierają dodatku sztucznych barwników, konserwantów i glutamianu sodu.



3
cena:
5,51 zł

DLA AMATORÓW KUCHNI TURECKIEJ
Tradycyjny paszтет z kurcząt **Drosedu** wzbogacono o aromatyczne zioła i przyprawy, takie jak kolendra, oregano, kminek oraz szaflwia. Dzięki nim ma on zdecydowany smak oraz wyrazisty aromat. Produkt posiada kremową konsystencję, dlatego z łatwością się rozsmarowuje. Dobrze komponuje się z tradycyjnym pieczywem – białym lub słonecznikowym, tostami, a także z lekko słodkim chlebem tureckim – pide lub fladen.
Cena: puszka 160 g – 2,39 zł, 100 g – 1,49 zł



6
cena od:
1,49 zł



10
cena od:
2,51 zł

AROMATYCZNIE I SMACZNIE
Nowe, naturalne **Marynaty 2w1** raz na zawsze rozwieją wątpliwości związane z odpowiednim doborem ziół i sposobem na przygotowanie soczystego mięsa. Trzy warianty – do mięs, kurczaka i ryb znajdują zastosowanie zarówno w kuchni jaskiej, jak również wśród miłośników czerwonego mięsa czy drobiu. Szybko, smacznie i bez trudu, a wszystko bez dodatku konserwantów, sztucznych barwników i glutamianu sodu.



4
cena:
3,89 zł

KETCHUPY DLA SMAKOSZY
Przed sezonem grillowym pojawiły się dwa nowe ketchupy **Kotlin**, w wersji limitowanej. Ketchup czosnkowy to idealny dodatek do wędlin, mięs oraz tradycyjnych polskich dań. Ketchup rosyjski ma zdecydowanie pikantny charakter uzyskany dzięki połączeniu smaku pomidorów z pieprzem cayenne i nutą gruboziarnistej gorczycy, stworzony specjalnie dla wielbicieli odważnych i intensywnych doznań smakowych. Obydwa warianty producent oferuje w opakowaniach plastikowych, 450 g.

NOWE KOCIOŁKI ŁOWICZA
Kociołek do syta chłopski to wyjątkowe, kompletne danie w słoiku, do którego nie trzeba już nic dodawać! Zawiera sycące ziemniaczki, kapustę kiszoną oraz pyszną kielbasę i boczek w gęstym i aromatycznym sosie **Lowicz**. Tę swojską potrawę, o smaku dobrze znanym Polakom, przed podaniem na stół wystarczy tylko podgrzać. Natomiast **Kociołek do syta a'la Carbonara** to gotowy, kompletny obiad, którego przygotowanie zajmuje zaledwie kilka minut. To pyszna kompozycja składników charakterystycznych dla kuchni włoskiej: makaronu oraz gęstego, aromatycznego, kremowego sosu śmietanowego z dodatkiem boczku.



7
cena:
6,70 zł



11
cena od:
1,96 zł

TWÓJ POMOCNIK W KUCHNI
Bulionetka pieczeniowa Knorr to kompozycja przypraw i ekstraktu mięsnego, które sprawiają, że danie intensywnie pachnie i jeszcze lepiej smakuje. Niezbędna, jeśli szukasz pomysłu na pełne smaku pieczenie. **Bulionetka** ma konsystencję żelu, dzięki czemu błyskawicznie rozpląwa się w daniu, zagęszcza sos i nadaje mu smak oraz aromat pieczonego mięsa.
Cena: 2 l – 1,96 zł, 4 l – 3,80 zł



Grillowanie czas zacząć!

dokończenie ze s. 1 » by nie narazić się na zatrucie pokarmowe, bądź, co gorsza, na dostanie się do naszego organizmu rakotwórczych związków chemicznych, które mogą uwolnić się przy nieostrożnym obchodzeniu się z ogniem, uważa się, że ten rodzaj przyrządzania jedzenia jest zdrowy. Ze względu na mniejszą kaloryczność potraw, grillowanie polecane jest przez dietetyków oraz specjalistów od żywienia. Podczas takiej obróbki zawartość tłuszczu w danym mięsie może zmniejszyć się o 20%. Mięso pieczone na grillu jest mniej kaloryczne od smażonego, bo do jego przyrządzania nie dodajemy tłuszczu, a ten, który jest, wytapia się pod wpływem wysokiej temperatury. Potrawy zazwyczaj pieczemy dość krótko, dzięki czemu nie tracą wartości odżywczych, pozostają kruche, smakowicie chrupiące i aromatyczne. Ci, którzy dbają o linię lub są wegetarianami mogą z powodzeniem piec na grillu przeróżne warzywa lub owoce. Na ruszcie upiec możemy praktycznie wszystko. Warzywa, ryby, owoce morza np. krewetki smakują równie wyśmienicie jak kaszanka, żeberka czy biała kielbasa. Możemy też łączyć warzywa z mięsem w postaci np. szaszłyków lub faszerowanych warzyw. Każdy, kto choć raz próbował dań z grilla, innych niż mięso przyzna, że wspaniale smakują opiekane plastry cebuli, bakłażany, szparagi, cykorii, cukinia z różnymi farszami czy nawet zapiekane pomidory. Prawdziwym rarytatem są również pieczone jabłka, banany z grilla lub ananasy. Grillować można również sery. Przy grillowaniu nie należy żałować ziół. Po pierwsze znacznie poprawiają smak przyrządzanych potraw, po drugie ułatwiają organizmowi trawienie ciężko-

strawnych i tłustych mięs. Majeranek i estragon zastępują sól, bazylii zapobiega wzdęciom, kurkuma działa rozkurczowo. Dodatkowy aromat potraw można uzyskać dodając do paleniska owoce jałowca, łupiny orzecha włoskiego lub kawałki drewna owocowego, np. wiśni. Do grillowanych potraw często podaje się musztardę. To dobry zwyczaj, bo zawarta w niej gorczyca pobudza wydzielanie soków trawiennych i działa żółciopędnie. Nie należy także zapomnieć o dodatkach w postaci surówek, sałat i pieczywa.

Jak grillować?

Przede wszystkim trzeba odpowiednio przygotować palenisko. Jeśli korzystamy z grilla na węgiel drzewny należy pamiętać, by doprowadzić go do odpowiedniej temperatury. Grill jest gotowy, gdy kawałki węgla żarzą się i nie widać ognia. To bardzo ważne, bo ogień spali nasze potrawy z wierzchu. W środku zaś pozostaną one surowe. A to po pierwsze jest bardzo niezdrowe, po drugie niesmaczne i nieapetyczne. Ponieważ tłuszcz kapiejący ze steków i kielbasek często zapala się i strzela do góry wielkim płomieniem, dobrze jest mieć pod ręką butelkę z wodą, by szybko ugasić ogień. Koniecznie jednak należy wtedy zdjąć kratkę, na której leży mięso. W parze wodnej, która powstaje przy polewaniu węgla znajdują się drobinki szkodliwych substancji. Przy grillowaniu warto pamiętać, że tłuszcz, który kapie na rozżarzony węgiel drzewny powoduje, że powstają trujące związki chemiczne takie, jak np. dioksyny (pisałimy o nich w poprzednim numerze „Top Sprzedawcy”). Przed tym niebezpieczeństwem uchronią nas np. tacki aluminiowe, bądź

folia aluminiowa, które warto wykorzystać przy pieczeniu mięs. Przy pieczeniu potraw w folii, aby uniknąć problemu rozgotowanych potraw, należy przedziurawić ją w kilku miejscach, dzięki czemu para będzie miała ujście. Jeżeli któraś z potraw wymagać będzie dłuższego pieczenia, można ułożyć ją nad węglami, częściowo przykrytymi popiołem. Dobrze też jest podczas pieczenia smarować mięso olejem, co uchroni je przed wysuszeniem. Warzywa piec najlepiej na tacce. Przedtem powinno się je potrzymać 2-3 godziny w marynacie, bez soli. Są gotowe, gdy widelec wchodzi w nie bez oporu.

W innych krajach

Dania z rusztu i grilla są popularne praktycznie na całym świecie. W wielu krajach jednak sprzedawcy i właściciele sklepów oferujących wyroby mięsne starają się pomóc konsumentom i zachęcić do kupna swoich wyrobów. Na przykład w krajach basenu Morza Śródziemnego (między innymi w Hiszpanii, Grecji czy Włoszech) w sklepach, w których są stoiska mięsne można kupić gotowe, na miejscu przygotowane dania. Wystarczy tylko wrzucić je na grill i czekać, aż się upieką. I nie chodzi tu wcale o kawałki mięsa lub skrzydełka kurze, których świeżość budzi podejrzenie, przyprawione np. papryką, skrzętnie owinięte folią i sprzedawane w supermarketach. Te sprzedawane są na sztuki, atrakcyjnie wyeksponowane w ladzie chłodniczej, smakowicie przyprawione różnymi pachnącymi ziołami. Klient w każdej chwili może sprawdzić świeżość takiego produktu i wybrać najładniejszy jego zdaniem kawałek. W takiej ladzie, oprócz tradycyjnych kotletów, znajdziemy szaszłyki z różnych rodzajów mięs, także mielonego, pieczołowicie uformowanego w jednakowe prostokąty, przyprawione na różne sposoby, kotlety z mięsa mielonego obtoczone ziołami, małe surowe kielbaski. Wszystko to na oddzielnych talerzach, dodatkowo przybrane zielonymi warzywami takimi jak sałata, czy seler naciowy. Podobnie jest na stoisku rybnym (nawet w supermarketach), gdy kupujemy świeżą rybę, sprzedawca pyta się, czy ją oczyścić i co będziemy z nią robić – tej przeznaczony na grilla zostawia łuski, by nie przywierała do rusztu. Być może, w czasach, gdy małe sklepy muszą walczyć o klienta z dużymi sieciami handlowymi warto przenosić takie pomysły na nasz rodzimy grunt.

Czy kielbasa to kielbasa?

Są kielbasy, w których mięsa jest zaledwie 40-45 proc. Wystarczy dodać aromat, wzmacniacz smaku i będą one ładnie pachnieć, dobrze wyglądać. Po czym poznać, że kielbasa to kielbasa?

Kielbasy to przetwory mięsne w osłonkach naturalnych lub sztucznych, wyprodukowane z rozdrobnionego mięsa i tłuszczu peklowanego i niepeklowanego solonego z dodatkiem lub bez dodatków uzupełniających, przyprawione. Kielbasy mogą być wędzone i niewędzone, surowe, dojrzewające, parzone lub pieczone. By otrzymać smaczną kielbasę trzeba użyć odpowiedniego surowca. Najlepiej do tego nadaje się mięso z łopatki wieprzowej, z karku i schabu. Oczywiście nie należy zapominać o tłuszczu, który jest ważnym nośnikiem smaku. Następnym kryterium decydującym o dobrej kielbasie jest odpowiednie dobranie osłonki. Musi być ona odpowiednio gruba i mocna, aby nie pękła z mięsem w środku, ale jednocześnie cienka, aby kielbasa mogła odpowiednio oddychać i suszyć się.



Dobra kielbasa to kielbasa chuda, która ma wiele dużych kawałków mięsa i małe oczka tłuszczu. Nawet jeśli nie widać tłuszczu to zawiera ona jego pewną ilość. W tej z widocznymi kawałkami mięsa może się znajdować kilka procent, a w tych z farszu bardzo rozdrobnionego nawet do 30-40 proc. Powierzchnia kielbasy powinna być czysta i sucha, a osłonka ściśle przylegać do masy mięsnej. W przypadku kielbas podsuszanych, suszonych i pieczonych może być równomiernie pomarszczona. W pozostałych rodzajach osłonka powinna być gładka. Czasami na powierzchni kielbas suchych tworzy się biały nalot. Nie zawsze jest to pleśń. Mogą to być skryształizowana sól kuchenna i fosforany lub (obecne w mięsie) kreatyna i kreatynina, które nie są szkodliwe dla zdrowia.

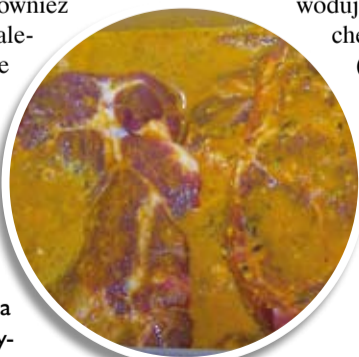
Czy wiecie, że...

Najzdrowsze mięso

Choć Polska jest największym producentem gęsi w Europie, to nie jemy jej dużo. A szkoda, bo gęsi jest jednym z najzdrowszych, a przy tym najmniej kalorycznych mięs! Kto próbował wie, że mięso gęsi jest kruche, soczyste, i smaczne. Zawiera dużo witaminy A, B1, B2, D, E i PP, fosfor, żelazo, magnez oraz nienasycone kwasy tłuszczowe.

MARYNATA

Zazwyczaj do sporządzenia marynaty do mięs wykorzystuje się m. in. ocet, wino lub piwo, sok z cytryny, musztardę oraz rozmaite przyprawy, a nawet



miód. Jeśli chcemy, by nasze mięso było pikantne nie możemy zapomnieć o do-

daniu chilli, czosnku, cząbrku i innych intensywnych przypraw, do tych mniej pikantnych wystarczy dodać majeranek, cebulę i gałkę muszkatołową.

Nie ma chyba w Polsce nikogo, kto nie wie, jak smakuje świeży, chrupiący chleb. Przeciętny Polak zjada ok. 100 kg pieczywa rocznie. Prawda, że to imponujący wynik?

Chleb nasz powszedni



Rodzaje pieczywa

W naszym kraju produkuje się sześć rodzajów pieczywa: mieszane pszenno-żytnie, żytnie, pszenne zwykłe, wyborowe, półcukiernicze i dietetyczne. Pieczywo pszenne dzieli się w zależności od zawartości cukru i tłuszczu na: pieczywo zwykłe - bez cukru i tłuszczu lub z niewielkim jego dodatkiem, pieczywo wyborowe - 3 do 15 % cukru i tłuszczu, pieczywo półcukiernicze - powyżej 15 % cukru i tłuszczu. W grupie pieczywa dietetycznego znajduje się pieczywo bezglutenowe z mąki gryczanej lub ryżowej, niskokaloryczne pieczywo z dużą zawartością błonnika, pieczywo niskosodowe dla osób z nadciśnieniem tętniczym itp. Pieczywo pszenne wypiekane z jaśniejszej lub ciemniejszej mąki pszennej, to pieczywo zwykłe, czyli chleb pszenny, chleb pszenny lekki, bułki, chleb razowy, chleb graham, grahamki, bagietki francuskie; wyborowe (zawiera tłuszcz, cukier i masę jajeczną), np. kajzerki, rogalie, bułeczki do hot dogów, chleb tostowy, bułka wrocławska i półcukiernicze: chałka, bułki maślane, rogalie maślane. Pieczywo żytnie, wypiekane z mąki żytniej jasnej lub ciemnej na zakwasie z niewielką ilością drożdży piekarniczych prasowanych, może zawierać maksymalnie 15% mąki pszennej. W tej kategorii znajdują się chleb żytni (lekki, jasny młeczny, razowy, pełnoziarnisty, staropolski, razowy na miodzie, razowy z soją i słonecznikiem), turystyczny, pumpernikiel. Pieczywo mieszane to wypieki pszenno-żytnie produkowane na drożdżach, ewentualnie na drożdżach z dodatkiem zakwasu oraz wypieki żytnio-pszenne pro-

dukowane na zakwasie, ewentualnie z dodatkiem drożdży, np. chleb wiejski, kaszubski, krakowski, oliwski, młeczny, praski, baltonowski, chrupki, słonecznikowy, z soją.

Dla dbających o linię

Pieczywo, choć niezbędne w naszej diecie, niestety tuczy. Na szczęście bułka, bułeczki nierówna. Najzdrowsze jest pieczywo razowe, wypiekane z mąki razowej pszennej lub żytniej, która zawiera więcej witamin i soli mineralnych oraz błonnik, który obecny w zewnętrznej osłonce ziaren jest niezbędny do prawidłowego funkcjonowania jelit. Niestety pieczywo białe, które tak lubimy posiada niewielką wartość odżywczą. Na szczęście wszyscy, którzy dbają o linię mają spory wybór i mogą zdecydować się na to mniej kaloryczne i zdrowsze.

A rozbieżności są naprawdę duże. Na przykład 100 gram grahamki zawiera 258 kcal, kajzerki 296 kcal, rogalika maślanego 326 kcal, a bułeczki do hot dogów 340 kcal. W przypadku chleba: 100 g żytniego pełnoziarnistego zawiera 237 kcal, pumpernikiel 252 kcal, pszenno 249 kcal, bagietka 283 kcal, a bułka wrocławska 293 kcal. Dietetycy zalecają spożywanie różnych rodzajów pieczywa, tak by dostarczyć organizmowi dużo różnorodnych składników odżywczych oraz błonnik. Pieczywo z dodatkiem pełnych nasion takich jak: słonecznik, dynia, sezam, len, soja, mak, kukurydza oraz kminek stanowią dodatkowe źródło witamin, soli mineralnych oraz nienasyconych kwasów tłuszczowych. Małym dzieciom i osobom nietolerującym chleba razowego zaleca się chleb graham i bułki grahamki (z mąki pszennej z pełnego przemiału), które są delikatniejsze w smaku. Natomiast nie jest wskazane podawanie dzieciom chleba, który zawiera polepszacze, konserwanty, środki antypleśniowe oraz pieczywa o przedłużonej trwałości, np. chleb tostowy.

PODSTAWOWA RECEPTURA

Pieczywo wypieka się z ciasta zrobionego z mąki, drożdży, wody, soli i różnorodnych dodatków takich jak: mleko, środki spulchniające, przyprawy ziołowe, cukier, substancje zapachowe, pestki dyni, słonecznika, soja, mak, sezam, suszone sliwki. Obecnie do pieczywa, zwłaszcza pszennego, dodaje się substancje (tzw. polepszacze), które poprawiają właściwości organoleptyczne wyrobów. Są to: lecytyna, mąka sojowa, gluten, mąka ze słodu, miód, mąka ziemniaczana, mono i dwuglicerydy, enzymatyczne preparaty wytwarzane przez mikroorganizmy, itp. Do pieczywa żytniego lub żytnio-pszennego, razowego z soją lub słonecznikiem można dodawać karmel naturalny (E-150a), otrzymywany z podgrzanego cukru, w celu poprawienia smaku i aromatu.

Ekspozycja pieczywa

Jak pokazują badania, pieczywo w Polsce kupowane jest przez 96% gospodarstw domowych i z czystym sumieniem można stwierdzić, że żaden inny produkt nie cieszy się taką popularnością. I z równie czystym sumieniem można stwierdzić, że nie ma chyba w Polsce sklepu spożywczego, który nie sprzedawałby pieczywa. Niestety chleb jest też produktem bardzo nietrwałym i wymaga specjalnego traktowania. Nie dotyczy to pieczywa pakowanego w folię lub papier polietylenowy, które jest dłużej świeże, utrzymuje dobry wygląd, zapach i smak. Ekspozycja pieczywa w samoobsługowym sklepie spożywczym powinna zabezpieczać towar przed zanieczyszczeniem oraz przed dotykaniem przez klienta. Z drugiej jednak strony, nie można pozbawić klienta możliwości obejrzenia interesującego go produktu. Zapewniają to uchylne, przezroczyste osłony montowane na półkach. Jeżeli to możliwe regały takie powinny być wyposażone w elementy blokujące, pozwalające na wyjęcie tylko jednego produktu, bez możliwości dotknięcia innego oraz odłożenia go z powrotem. Meble powinny także umożliwić personelowi szybkie uzupełnienie brakującego towaru. Materiałami wyjątkowo przyjaznymi dla pieczywa są drewno i wiklina. W połączeniu z odpowiednim oświetleniem, podkreślającym barwy chleba, potęgują one wrażenie ciepła i świeżości, zachęcając do zakupu. Atrakcyjnie prezentują się też półki ażurowe, które sprawiają wrażenie lekkości, ułatwiając jednocześnie utrzymanie czystości.

PIERWSZY WYPIEK

Nie wiadomo, kto i kiedy upiekł pierwszy chleb. Szacuje się, że pieczywo spożywano już 10 tysięcy lat temu. Starożytni Egipcjanie doskonale opanowali sztukę pieczenia chleba używając do tego celu pszenicy, jęczmienia i drożdży. Wypiekać chleb umieli też Hebrajczycy o czym świadczy

wiele wzmianek w Biblii, Grecy i Rzymianie. Od czasu, gdy w młynach zaczęto wytwarzać coraz bielszą mąkę, biały chleb stał się pokarmem ludzi zamożnych, a czarny, z pełnego przemiału, pokarmem ubogich. Pierwsze wzmianki o polskim chlebie sięgają króla Bolesława



Chrobrego. W Średniowieczu Polska była potęgą pod względem uprawy zbóż. Eksportowano je do większości krajów Europy. Z takiego zboża, rozcieranego w żarnach, wypiekano wówczas chleb.

ROZBIERAMY MIĘSO

ŻEBERKA WIEPRZOWE

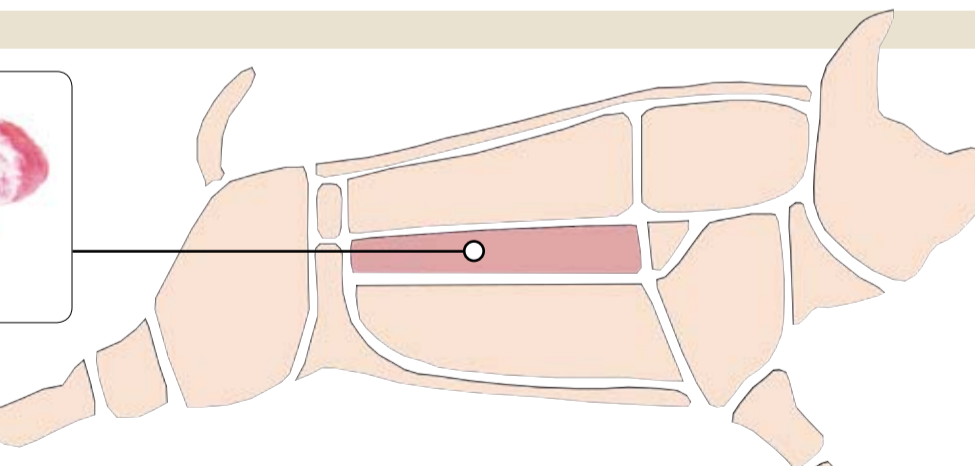


Klienci często chcą wiedzieć, jakie mięso kupują, w jakiej części półtuszy się ono znajduje i co można z niego zrobić. Dobrze by było, gdybyśmy potrafili odpowiedzieć na ich pytania...

Żeberka wieprzowe, choć bardzo lubiane przez prawdziwych smakoszy są na liście produktów zakazanych przez dietetyków. Zawierają dość duże ilości tłuszczu, w szczególności kwasów tłuszczowych nasyconych, które nie są wskazane dla osób z nadciśnieniem tętniczym i podwyższonym poziomem cholesterolu. Nie należą też do produktów lekkostrawnych. Na pocieszenie trzeba jednak dodać, że są źródłem pełnowartościowego białka oraz witamin z grupy B.

Żeberka znajdują się w środkowej części półtuszy wieprzowej. W wyniku podziału tuszy na elementy

zasadnicze w zależności od prowadzonej technologii wykrawania i standardów pozyskiwanych mięs możemy otrzymać trzy rodzaje żeberek wieprzowych. Pod względem wykorzystania kulinarnego uzyskamy tzw. zeberka paski, zeberka przykarczkowe oraz tzw. zeberka mostkowe. Spośród wyżej wymienionych żeberek pod względem kulinarnego wykorzystania, jak też zawartej w nich tkanki mięśniowej najwyższej jakości są zeberka paski. Pozyskiwane są z części brzusznej tuszy. Od góry po linię oddzielenia schabu, od dołu po linię biegnącą poniżej dolnej krawędzi mostka i żeber chrząstkowych,



od przodu zarówno jak i od tyłu po linię odcięcia boczku, gdyż zeberka paski są jego integralną częścią. Obróbkę technologiczną płata żeberek tj. jego szerokość, jak i jego grubość dostosowujemy w zależności od przeznaczenia kulinarnego.

Żeberka przykarczkowe pozyskiwane są z przedniej części tuszy. Odcinane wzdłuż kości karkowej powinny zawierać cztery pierwsze żebra piersiowe potocznie zwane trójkąkami. Przynależą do nich część chrzęstną oraz niewielki odcinek pochodzący z przepołowionego mostka możemy odciąć od żeberek przykarczkowych i wówczas uzyskamy tzw.

zeberka mostkowe. Wyróżniają się tym, że mają tylko miękkie chrząstki, a nie żebra czy kości. Idealnie nadają się do przygotowywania wywarów na zupę lub jako wkładka mięsna do kapusty itp. Zeberka można smażyć, dusić, piec, gotować, grillować, a nawet wędzić. Ich walory smakowe znacznie podnoszą się po dodaniu przypraw i marynowaniu w specjalnych zalewach. Najczęściej używane przyprawy do dań z żeberek to: papryka ostra i słodka, imbir, czosnek, gorczyca, ziele angielskie, liście laurowe, pieprz. Do marynat można dodawać: miód, przecier pomidorowy, piwo, sos sojowy.

Szlacheckie rarytasy na współczesnym stole

Dziczyzna stanowiła niegdyś wizytówkę kuchni polskiej. Dziś, niestety popadła w zapomnienie, a szkoda, bo ma wiele do zaoferowania, także współczesnym konsumentom. Nie trzeba wywodzić się ze szlacheckiej rodziny, aby docenić jej wyjątkowość...

Popularność dziczyzny wśród szlachty i jej obecność na dworskich stołach nie była przypadkowa. Wyjątkowe walory smakowe, niska zawartość tłuszczu w porównaniu ze zwierzętami hodowlanymi, a przede wszystkim emocje związane z polowaniami, tworzyły niezwykłą atmosferę towarzyszącą zarówno przyrządzaniu dań, jak i późniejszej konsumpcji. Biesiadowanie, opowieści o wyprawach na łowy i przeżytych emocjach to wszystko tworzyło niezwykłą otoczkę kuchni myśliwskiej.

Paśja, z jaką szlachta oddawała się polowaniom sprawiła, że w polskiej tradycji kulinarnej potrawy przygotowywane z wykorzystaniem dziczyzny cieszyły się wyjątkowym uznaniem. Niegdyś w kuchniach na polskich dworach pracowało wiele wyspecjalizowanych osób. Jedną z nich był na przykład pasztetnik – osoba odpowiedzialna tylko i wyłącznie za przygotowywanie wyśmienitych pasztetów. Fakt ten dobitnie świadczy o tym, jak dużą wagę przywiązywali nasi przodkowie do jakości przygotowywanych potraw. Słowem liczył się kunszt.

W znacznym stopniu do zapomnienia tradycji przygotowywania potraw z dziczyzny przyczynił się socjalizm. To właśnie w tym okresie pogoń za dewizami sprawiła, że najlepszej jakości mięsa



z dziczyzny były eksportowane na zachód. Brak odpowiedniego surowca, z którego można by przygotować wyśmienite potrawy, oznaczał popadanie w zapomnienie sztuki obróbki szlachetnego mięsa jakim jest dziczyzna. W efekcie dziś niewiele osób potrafi właściwie obchodzić się z mięsem dzika, sarny czy jelenia. Wydobyć z niego tego, co najlepsze, podkreślenie walorów smakowych, to trudna sztuka wymagająca dużej wiedzy oraz zrozumienia kultury myśliwskiej.

Powrót do polskiej tradycji przygotowywania potraw z dziczyzny jest z pewnością olbrzymią szansą na zaistnienie naszej rodzimej kuchni w wymiarze europejskim. Powinniśmy wykorzystać to, że dysponujemy przepiękną i niezwykle bogatą tradycją związaną z myślistwem, a co z tym się wiąże także kuchnią myśliwską. Warto pielęgnować te aspekty naszej kultury, które dadzą nam przewagę i sprawią, że zostaniemy zauważeni na międzynarodowej arenie kulinarnej. Darz bór!

Czy wiecie, że...

Kiełbasy ze znakiem GTS Informujemy, że 19 kwietnia 2011 roku do rejestru Gwarantowanych Tradycyjnych Specjalności Komisja Europejska wpisała nazwy „kiełbasa myśliwska” i „kiełbasa jałowcowa”. Zarejestrowane kiełbasy wytwarzane są z mięsa tradycyjnych polskich ras świń – puławskiej złotnickiej, wielkiej białej polskiej i polskiej białej zwistouchkiej lub ich mieszańców żywnościowych w tuczach tłuszczowo-mięsnych do masy ciała 120 kg. W produkcie końcowym dopuszcza się zastąpienie do 50 proc. mięsa wieprzowego mięsem wołowym. Obecnie już 26 polskich produktów zostało wpisanych do unijnych rejestrów Chronionych Nazw Pochodzenia, Chronionych Oznaczeń Geograficznych i Gwarantowanych Tradycyjnych Specjalności. W trakcie procedury rejestracyjnej Austria, Niemcy i Czechy złożyły sprzeciw wobec rejestracji tych kiełbas. Jednak wyjaśnienia złożone przez stronę polską zostały przyjęte i produkty wpisano do rejestru. Na listę GTS może trafić tradycyjny produkt rolny lub środek spożywczy zarejestrowany przez Komisję Europejską ze względu na jego specyficzny charakter. Zarejestrowane nazwy mogą być nadal używane, jednak bez możliwości umieszczania na nich oznaczenia gwarantowana tradycja specjalność, skrótu GTS lub odpowiadającego mu symbolu wspólnotowego.

reklama

INWESTEL

ŚWIEŻA I ATRAKCYJNA EKSPOZYCJA MIĘS I PRODUKTÓW GRILLOWYCH PRZEZ CAŁY SEZON



ŚRODKI UTRZYMUJĄCE ŚWIEŻOŚĆ
hamujące rozwój mikroorganizmów przedłużające świeży wygląd mięs



MARYNATY
olejowe
wodne
w proszku



POSYPKI
dekoracyjno -
smakowe

OUR SPICE® VAN HEES We know how!

Przyprawy i dodatki do mięs, wędlin i produktów gastronomicznych

www.inwestel.pl, marketing@inwestel.pl, tel. +48 22 615 69 29

Wodzenie za nos, czyli aromamarketing

Wiosna budzi w nas apetyt. O wiele trudniej przejść letnią porą koło otwartych drzwi piekarni czy owoców przyciągających zapachem. Skuszeni unoszonym przez wiatr aromatem, idziemy wodzeni za nos, po wołające nas ciepłym pszennym zapachem pieczywo i inne pachnące produkty...



Chyba każdy dał się kiedyś skusić na świeżutką bułeczkę, choć zanim ją wywąchał, wcale nie planował zakupu. Tym odkryciem zainteresowali się sprzedawcy oraz psychologowie, którzy uważnie zaczęli przyglądać się decyzjom konsumenckim w oparciu o zapach. Tak właśnie narodziła się dziedzina marketingu zwana aromamarketingiem, czyli świadomym oddziaływaniem na konsumenta poprzez zapach.

Specjaliści od aromamarketingu twierdzą, że dobrze dobrany zapach ma wpływ na czas przebywania klienta w sklepie, na jego decyzje o zakupie i ewentualny powrót. W działaniach marketingowych można wyszczególnić kilka cech zapachów. Najważniejsze trzy to: wartość emocjonalna (oceniając zapach jako przyjemny lub nieprzyjemny), zdolność do pobudzania (czy i jak silną reakcję fizjologiczną wywołuje), intensywność (jak jest

silny). Zapachy oceniane jako pozytywne poprawiają nastrój konsumenta i mogą zwiększać jego chęć do zakupów. Co do intensywności to konsumenci oceniają intensywne zapachy za mniej przyjemne, choć zapachy bardzo przyjemne mają wyższy optymalny poziom intensywności. Badacze z Uniwersytetu Paderborn odkryli, że osoby przebywające w pomieszczeniu aromatyzowanym zapachem cytrynowym wykazały o 14,8 % większą gotowość do zakupu, niż przebywając w niearomatyzowanym pomieszczeniu. Dalsze badania wykazały wzrost gotowości do komunikacji o 18,8 % oraz dłuższy czas przebywania o 15,9 %, a także większą gotowość do kontaktu z produktem o 14,8 %. Inne badania pokazały, że zapach cytrusowy (mieszanka cytryny, limonki, pomarańczy i mandarynki) jest oceniany najkorzystniej przez klientów małych osiedlowych sklepików. To wrażenie wiąże się jednak ze średnią oceną tłoku w sklepie. Jeśli w sklepie było tłoczno, zapach ten nie generował pozytywnych asocjacji. Pokazuje to, że zapach nigdy nie działa w pojedynkę, ale

jest jednym z narzędzi manipulacji. Zaobserwowali to także badacze, którzy sprawdzali, czy zapach kojarzący się ze świętami Bożego Narodzenia, rozpylany w centrach handlowych przed świętami, wystarczy, aby wprowadzić klientów w dobry nastrój. Okazuje się, że zapach działał jedynie w połączeniu ze świąteczną muzyką.

W świecie nauki wciąż trwają spory, jak silnym narzędziem marketingowym może być zapach. Trudno o jednoznaczne wyniki dotyczące efektywności fachowych rozpylaczy rozmaitych woni. Z doświadczenia wiemy, że zapach potrafi poprawić nastrój, wzbudzić apetyt, lub przywołać konkretne miejsce z przeszłości. Warto więc zadbać w sklepowym otoczeniu o pozytywny aromat. Nawet jeśli nie pomoże, na pewno nie zaszkodzi. W szczególności radzę zająć się woniami nieprzyjemnymi. Na to, co nam nie pasuje i śmierdzi jesteśmy wyczuleni szczególnie, a jeśli nieprzyjemna woń znajduje się w pobliżu artykułów spożywczych, może to skutecznie zniechęcić do zakupu, bo mózg odczyta tę woń jako sygnał: „zepsute, nie jeść!”. Dobierając zapach do sklepu warto pamiętać o jeszcze jednej regule - adekwatności. Jeśli sprzedajemy pieczywo lub inne produkty, które powinny pachnieć, trzymajmy się tego. Mózg, nie czując obecnej woni, do której jest przyzwyczajony zinterpretuje taką sytuację jako: „coś nie tak”. Ponadto, jeśli posiadamy w sklepie różne produkty z różnych dziedzin np. środki czystości, kosmetyki, spożywcze, itp. warto wybrać aromat bardziej uniwersalny np. zapach cytrusów, który jest wspólnym aromatem zarówno dla jedzenia jak i kosmetyków. W dodatku cytrusowe zapachy sugerują konsumentowi, że w danym miejscu jest świeżo, czysto i schludnie, a to na pewno wprowadzi go w dobry nastrój i pomoże zbudować pozytywną relację klienta i sprzedawcy.

NIEZBĘDNIK POCZĄTKUJĄCEGO HANDLOWCA

Sprzedaż alkoholu

Nie ma co owijać w bawełnę. Stoisko z alkoholami znacznie zwiększa obroty sklepu. Niestety nie każdy może go sprzedawać, bo polskie prawo nakazuje posiadanie specjalnego zezwolenia. W pierwszej części naszego poradnika podpowiadamy, co trzeba wiedzieć przed i jakie dokumenty zgromadzić...

Co należy wiedzieć przed złożeniem dokumentów?

Wszelkie kwestie związane ze sprzedażą napojów alkoholowych regulowane są przepisami ustawy z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi oraz stosownymi uchwałami i zarządzeniami rady gminy/miasta. Zezwolenie na sprzedaż detaliczną napojów alkoholowych wydaje wójt, burmistrz albo prezydent miasta właściwy ze względu na lokalizację punktu sprzedaży. Gminy ustalają liczbę punktów sprzedaży alkoholu na swoim terenie, a więc i limity zezwoleń oraz zasady usytuowania stałych miejsc sprzedaży i podawania napojów alkoholowych. Rada gminy/miasta decyduje również o usytuowaniu miejsc sprzedaży i podawania napojów alkoholowych. Warto więc zastanowić się nad miejscem, w którym chcemy otworzyć sklep. Radni mogą bowiem odmówić udzielenia zezwolenia na sprzedaż alkoholu, gdy lokal znajduje się w pobliżu szkoły, kościoła lub jednostki wojskowej.

Zezwolenie to jeszcze nie wszystko.

Zgodnie z prawem alkohol można sprzedawać, gdy spełnione są następujące warunki. Oto one: po pierwsze – zezwolenie; po drugie – uiszczenie opłat; po trzecie – kupowanie alkoholu u producentów i przedsiębiorców posiadających odpowiednie zezwolenia na jego sprzedaż

hurtową; po czwarte – okazanie przedsiębiorcy, zaopatrującemu dany punkt sprzedaży napojów alkoholowych zaświadczenia, które potwierdza dokonanie wymaganej przepisami opłaty; po piąte – posiadanie tytułu prawnego do lokalu, w którym prowadzona jest sprzedaż alkoholu; po szóste – prowadzenie działalności gospodarczej w miejscu wymienionym w zezwoleniu; po siódme – zgłaszanie zmian stanu faktycznego i prawnego, w stosunku do danych zawartych w zezwoleniu, w terminie 14 dni od dnia powstania zmiany organowi zezwalającemu; po ósme – spełnianie przez punkt sprzedaży alkoholu wymogów określonych w uchwałach rady gminy/miasta.

Istnieją trzy różne oddzielne zezwolenia na sprzedaż napojów alkoholowych.

Zezwolenie A to zezwolenie na sprzedaż i podawanie napojów alkoholowych do 4,5 % zawartości al-

koholu oraz na piwo. Zezwolenie B to zezwolenie na sprzedaż i podawanie napojów alkoholowych od 4,5 % do 18 % zawartości alkoholu (z wyjątkiem piwa) np. wino. Zezwolenie C to zezwolenie na sprzedaż i podawanie napojów alkoholowych powyżej 18 % zawartości alkoholu (wódka). Przedsiębiorca podający lub sprzedający mieszaniny napojów alkoholowych (koktajle) z wykorzystaniem napojów zawierających powyżej 18 % alkoholu obowiązany jest posiadać zezwolenie na sprzedaż napojów alkoholowych powyżej 18 %. Zezwolenia wydaje się oddzielnie dla każdego rodzaju napojów alkoholowych. Trzeba też uzyskać pozytywną opinię Komisji Rozwiązywania Problemów Alkoholowych, która potwierdzi zgodność lokalizacji punktu sprzedaży z uchwałami rady gminy, dotyczącymi zasad usytuowania miejsc sprzedaży i ustalonego limitu zezwoleń. Należy pamiętać, że każde zezwolenie wydaje się na czas oznaczony: nie krótszy niż 4 lata – w przypadku sprzedaży napojów alkoholowych przeznaczonych do spożycia w miejscu sprzedaży (gastronomia) oraz nie krótszy niż 2 lata – w przypadku sprzedaży napojów alkoholowych przeznaczonych do spożycia poza miejscem sprzedaży (detal).

Wymagane dokumenty

Przed wszystkim trzeba przygotować wniosek. Powinien on zawierać oznaczenie rodzaju zezwolenia (A, B lub C), oznaczenie przedsiębiorcy, jego siedzibę i adres (w przypadku ustanowienia pełnomocników – ich imiona,

nazwiska i adresy zamieszkania), numer w rejestrze przedsiębiorców lub w ewidencji działalności gospodarczej, przedmiot działalności gospodarczej zgodnie z PKD, adres punktu sprzedaży oraz adres punktu składowania napojów alkoholowych (magazynu dystrybucyjnego). Ale sam wniosek nie wystarczy. Trzeba do niego dołączyć: zaświadczenie potwierdzające wpis do ewidencji działalności gospodarczej lub odpis z Krajowego Rejestru Sądowego (z tego zaświadczenia musi wynikać, że przedsiębiorca w swoim przedmiocie działalności ma zgłoszoną sprzedaż alkoholu - 52.25. Z wg. PKD), akt własności, umowę najmu, umowę użyczenia, umowę dzierżawy lub inny dokument poświadczający tytuł prawny przedsiębiorcy do lokalu, w którym będzie prowadzona sprzedaż napojów alkoholowych, decyzję państwowego powiatowego inspektora sanitarnego, potwierdzającą spełnienie warunków sanitarnych przez punkt sprzedaży i pisemną zgodę właściciela, użytkownika, zarządcy lub administratora budynku, jeżeli punkt sprzedaży zlokalizowany będzie w wielorodzinnym budynku mieszkalnym. Ten ostatni warunek może spędzić sen z oczu niejednego przedsiębiorcy i przysporzyć nie lada problemów. Wystarczy bowiem, że w budynku wielorodzinnym, w którym nie ma wspólnoty mieszkaniowej, na sprzedaż alkoholu nie zgodzi się jeden lokator, a wniosek o zezwolenie zostanie odrzucony. Jeżeli budynek jest własnością spółdzielni mieszkaniowej, wówczas zgodę na sprzedaż alkoholu wydaje Zarząd Spółdzielni.





Oświetlenie

Dobrze oświetlony towar zwiększa obroty sklepu. I choć w sklepach przeważa równomierne oświetlenie, może warto zastanowić się nad tym, jak sprawić, by uatrakcyjnić wygląd produktów...

Światło w sklepie spożywczym ma jedno podstawowe zadanie. Powinno pokazywać towar. Klienta nie interesują regały, ani podłoga, dlatego w sklepie oświetlane są produkty poukładane na półkach, ladach i stoiskach. Każdego, kto wchodzi do sklepu interesuje wyłącznie towar, który chce kupić. Przed wybraniem odpowiedniego oświetlenia należy się więc zastanowić, jak będzie wyglądał sklep. Przy prostym wystroju najczęściej stosowane jest najprostsze oświetlenie, np. zwykła „belka montażowa”, czyli oprawa świetlówkowa. Aby tego typu oświetlenie spełniało swoją funkcję, powinno być równomierne i mieć odpowiednie natężenie. Jeśli chcemy stworzyć odpowiedni klimat w poszczególnych strefach sprzedaży, możemy użyć opraw zawieszanych. Różne barwy i stopień nasycenia światła pomogą uatrakcyjnić wygląd produktów spożywczych. O wiele lepiej sprzedaje się żywność wyglądająca zdrowo i świeżo, niż poszarzała na skutek zastosowania bladego, mało plastycznego oświetlenia górnego. Przy punktowym oświetleniu, należy pamiętać, że różne produkty potrzebują różnego odcienia i natężenia. I tak np. do oświetlania stoisk z pieczywem, serami, warzywami i owocami używamy światła „ciepłego”. Dzięki temu produkty te wyglądają atrakcyjniej. Natomiast świetlówki wytwarzające światło „dienne” i „chłodne” znajdują zastosowanie przy oświetleniu produktów mrożonych. Częściej stosuje się je również przy oświetleniu ogólnym dużych powierzchni, gdzie „dzienna” barwa światła korzystnie redukuje ewentualne zmęczenie klientów. Mięso i jego przetwory przechowywane są na ogół w specjalnych ladach chłodniczych. Sposób prezentacji powinien przekonać klientów, że eksponowane produkty są świeże. Wrażenie świeżości mięsa można wzmocnić, instalując specjalne świetlówki. Oświetleniem możemy wyróżnić grupy towarów, zarówno te, które znajdują się aktualnie w promocji jak i te, na które z różnych powodów chcemy zwrócić uwagę klienta. W dobrze oświetlonym sklepie produkty sprzedają się w większych ilościach i wzbudzają większe zainteresowanie. Przy projektowaniu oświetlenia nie wolno zapominać o świetle dziennym, które jest częścią składową oświetlenia i przez długie godziny dociera do środka przez witrynę. Powinno się przewidzieć zmianę warunków świetlnych wraz z porą dnia, aby udział natężenia światła sztucznego zwiększał się w miarę zmniejszania światła dziennego. Można to uczynić poprzez regulację strumienia świetlnego wewnątrz sklepu lub poprzez redukcję dostępu światła dziennego.

Czy wiecie, że...

Liczy się cena
Dla Polaków najważniejszym kryterium zakupu nie jest jakość mięsa, a cena. By to zmienić Związek Polskie Mięso oraz Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej POLSUS chcą stworzyć zamknięty system jakości wieprzowiny i poświęcić znaczny budżet na kampanię informacyjną, która ma zwrócić uwagę na jakość mięsa wieprzowego.



Najważniejszy jest klient

Czy sklep spożywczy jest dobrym pomysłem na własny biznes? Co zrobić, by klienci przychodzili do nas po zakupy? W tej rubryce prezentujemy różne sklepy spożywcze i rozmawiamy z ich właścicielami o pomysłach na sukces...

W centrum Warszawy, na ulicy Nowolipki 13 znajduje się sklep spożywczy **Mariusza Lachowicza**. Choć jego właściciel do handlu trafił przez przypadek, to szybko połączył bakcyła i sprawił, że od 1997 roku sklep radzi sobie świetnie.

TS: Naprawdę zostałeś właścicielem sklepu przez przypadek?

Mariusz: Tak! Miałem odłożonych kilka złotych i zastanawiałem się, co z nimi zrobić. Szukałem sposobu na zarabianie pieniędzy, na życie. Dostałem propozycję wejścia w spółkę i zaryzykowałem.

TS: Czy wtedy Twój sklep wyglądał tak, jak teraz?

Mariusz: Nie, przez dwa lata był to sklep wyłącznie mięsny. A potem stopniowo wprowadzaliśmy kolejne stoiska i obecnie to sklep ogólnospożywczy. Ogólna powierzchnia tego sklepu to 150 m². Na początku powierzchnia sprzedażowa wynosiła 60 m², resztę zajmowało biuro. Gdy pojawiły się nowe stoiska, stwierdziłem, że to nieuczciwie, że ja siedzę wygodnie, a moi klienci przeciskają się między półkami. Przebudowaliśmy sklep i teraz ja siedzę w pomieszczeniu, w którym mieści się jedynie biurko i dwa krzesła, za to znacznie zwiększyła się powierzchnia sprzedażowa.

TS: W Twojej kanciapie widzę też monitory. Masz zamontowane kamery?

Mariusz: Tak, kradzieże zdarzały się nam bardzo często. Zdecydowałem się zamontować kamery i pomogło. Teraz zdarzają się sporadycznie.

TS: Jak w tamtych trudnych czasach zdobywałeś towar do sklepu?

Mariusz: Czasy faktycznie były trudne. Istniały duże państwowe zakłady mięsne np. Żerań, prywatnych prawie w ogóle nie było. Oczywiście chciałem nawiązać współpracę z Żeraniem, ale oni mieli tylu odbiorców, że mnie zbyli. Pojechałem więc do Białegostoku do tamtejszych zakładów. Oni chcieli podbić rynek warszawski i tak zaczęła się nasza współpraca, która trwa do dziś. Około 50 % asortymentu mięsnego i wędliniarskiego pochodzi właśnie od nich. Druga połowa to różni dostawcy.

TS: Czy sam szukasz dostawców, czy może oni szukają Ciebie?

Mariusz: Raczej ja ich. Co prawda zgłaszają się i dostawcy, i producenci, ale po tylu latach mam już rozeznanie i wiem, czego szukam. Do swoich mam zaufanie. Wolę czasem drożej zapłacić, ale mieć pewność, że towar jest dobrej jakości.

TS: Czy próbujesz wędlin danego producenta, zanim zdecydujesz się na współpracę?

Mariusz: Tak, oczywiście. Często takiego dostawcę od razu eliminujemy, ale niektóre wędliny są na tyle dobre, że zamawiamy na próbę. Słowo ostateczne ma jednak klient. Jeśli wędlina szybko schodzi, a klienci o nią pytają, to wprowadzamy ją na stałe.

TS: W najbliższej okolicy zauważyłam kilka sklepów? Co robisz, by klienci przychodzili właśnie do Ciebie?

Mariusz: Myślę, że ten sklep od lat słynie z dobrej jakości, z dobrej obsługi, fachowości. Moi pracownicy potrafią doradzić i pomóc przy wyborze mięsa i wędlin. Nie walczę cenowo z konkurencją, ale stawiam jakość towaru i obsługi.

TS: Czego wymagasz od swoich pracowników?

Mariusz: Przede wszystkim znajomości tematu. Znajomości z produkcji mięsa i wędlin oraz obsługi klienta. Cały czas powtarzam, że klient jest najważniejszy. Moi pracownicy muszą być uśmiechnięci, umieć doradzić, służyć pomocą. Staram się nie zmieniać często pracowników, bo każdemu nowemu musiałbym poświęcić sporo czasu, by zrozumiał, o co mi chodzi. Do tych, którzy ze mną pracują muszę mieć zaufanie. Zresztą w moim zespole są trzy osoby, które pracują ze mną od początku.

TS: Na co zwracasz uwagę, gdy przyjmujesz kogoś nowego do pracy?

Mariusz: Przede wszystkim pytam o fachowość. Nie przyjmuję osób, których musiałbym uczyć wszystkiego od początku. Sprzedawca, którego przyjmuję musi mieć doświadczenie w pracy z klientem, bo od razu musi go obsługiwać.



Fachowy personel to gwarantowany sukces

TS: Jakiej rady udzieliłbyś komuś, kto chce otworzyć sklep spożywczy?

Mariusz: Przede wszystkim powinien znaleźć odpowiednie miejsce. Takie, do którego przyjdzie klient. Po drugie musi zadbać o jakość towaru w swoim sklepie. Np. zanim zdecyduje się na konkretnego dostawcę wędlin, rozejrzeć się po rynku, popytać, sprawdzić, kto jest najlepszy, zanim podpisze się umowę. I dbać, by sklep był zawsze wypełniony towarami. Klient, który nie znajdzie tego, czego szuka może już więcej nie wrócić.

TS: Dziękujemy za rozmowę

ZGŁOSZENIA DO TOP SPRZEDAWCA

Jeśli chcesz pochwalić się swoim sklepem, napisz do nas na adres mailowy: redakcja@topsprzedawca.eu. W kilku zdaniach opisz swoją działalność, dołącz kilka fotek i koniecznie podaj na siebie namiary! Czekamy na Wasze zgłoszenia!

Na zakupach z gwiazdą



Marta Kielczyk prezenterka **Panoramy w TVP 2** oraz dziennikarka radiowa **Programu I Polskiego Radia**. Lubi jazdę na rowerze, grę w golfa, jazdę na nartach. Jej hobby to malowanie własnych ścian, majsterkowanie i gotowanie, choć przyznaje, że jej specjalnością jest zawsze nowe, inne danie, które bywa niespodzianką nawet dla autorki. Czas wolny spędza głównie na sportowo, albo w domu, bo jak twierdzi czasem człowiek potrzebuje się w nim nasiedzieć...

Czy lubi Pani robić zakupy?

Muszę, więc robię – mam na myśli zakupy spożywcze. Zazwyczaj kupuję w pośpiechu i od razu na zapas, żeby niczego nie zabrakło pod ręką, gdy w ogóle nie będę miała czasu na wypełnienie lodówki. Sklepy odzieżowe odwiedzam równie szybko – długie zakupy mnie męczą... Na obcasach to tak jest.

Czy często kupuje Pani jedzenie do domu?

Raz, dwa razy w tygodniu. Najpierw większe, potem uzupełnianie zapasów i realizacja spontanicznych planów kulinarnych.

Ile czasu zajmują Pani zakupy?

5 minut wystarczy, żeby wrzucić do koszyka to, co potrzebne i to, co mniej potrzebne również... Zawsze, jak idę po dwie konkretne rzeczy, wracam z siedmioma dodatkowymi... Dobrze, jeśli nie zapomnę o tym, po co szłam...

Czy ma Pani ulubiony sklep w swojej okolicy?

Na ten ulubiony ciągle czekam. Blisko mojego domu jeszcze takiego nie mam. Chodzę więc do kilku okolicznych.

Jakie produkty najczęściej lądują w Pani koszyku?

Sery, warzywa, woda – to podstawa. I jeszcze kasza, i mleko sojowe.

Czy zwraca Pani uwagę na markę i jakość produktów?

Na markę raczej tak, ale nie mam pewności czy marka, która wydaje mi się dobra, rzeczywistość taka jest – szczerze mówiąc mało wczytuję się w opisy na opakowaniach. Dopiero, jak przeczytam jakiś artykuł o produktach, inaczej na nie patrzę.

Czy często musi Pani szukać swoich ulubionych produktów w różnych sklepach, czy może wszystko znajduje Pani w swoim sklepie?

Lubię kupić wszystko w jednym sklepie – pośpiech, to pośpiech. Ale, żeby kupić to, co naprawdę chcę, muszę się przejść po kilku różnych, często oddalonych od siebie sklepach. Tak to jest, jak się ma ulubione ciasta, warzywa, czy sery...

Jakie produkty (oprócz tych podstawowych) powinien sprzedawać Pani wymarzony sklep?

Ser halloumi, długie, czerwone papryki, chlebek gruziński w postaci placków, jagnięcinę, ryby, no i moje ulubione mokre ściereczki do sprzątania w kuchni.

Czego oczekuje Pani od sprzedawcy w sklepie spożywczym?

Lubię sprzedawców, którzy doradzą dobrą wędlinę i mięso. A poza tym dobrze, żeby nie przedstawiali wszystkiego często w inne miejsce, bo człowiek ciągle się gubi. W sklepie samoobsługowym lubię, gdy przynajmniej sprzedawca wie, co gdzie leży i chętnie wskaże.

Czy uważa Pani, że sprzedawcy potrafią fachowo doradzić przy zakupie wędlin i mięsa?

W moim tak, dlatego tam chodzę. Pani jest tak przekonująca, że zawsze namówi mnie na o wiele za dużo, „bo takie ładne ma akurat, to przecież sobie Pani zamrozi”... No i mrozę...



Zatrudnienie na wakacje

Dla właścicieli małych sklepów zbliża się jeden z najtrudniejszych okresów w roku. Wakacje to czas, kiedy wszyscy pracownicy chcą wyjechać na urlop. Jak wybrnąć z chwilowych braków kadrowych?



Polski Kodeks Pracy uwzględnia kilka form nawiązania stosunku pracy z pracownikiem. Podstawowe formy zatrudniania to: umowa na okres próbny, umowa na czas określony, umowa na czas nieokreślony, umowa na zastępstwo, umowa zlecenie i umowa o dzieło. Dziś skupimy się wyłącznie na tych, które pozwalają na zatrudnienie pracownika na kilka tygodni.

§ Umowa na zastępstwo

Jedną z najkorzystniejszych dla obu stron jest umowa na zastępstwo. Osoba zatrudniona zastępuje pracownika w przypadku jego usprawiedliwionej nieobecności np. urlopu. Może być w niej określony czas po upływie, którego stary pracownik wraca do zakładu pracy i wtedy taka umowa automatycznie ulega rozwiązaniu lub tylko informacja, że z chwilą jego powrotu następuje rozwiązanie stosunku pracy. Umowa pracownika – zastępcy może określać inne warunki zatrudnienia od umowy pracownika zastępowanego (np. co do wysokości wynagrodzenia). Pracownik zastępca może mieć niższe wynagrodzenie od osoby, którą zastępuje. Z punktu widzenia pracodawcy istotne jest to, że okres wypowiedzenia takiej umowy wynosi 3 dni i to niezależnie od długości umowy na zastępstwo, a strona wypowiadająca umowę nie musi wskazywać przyczyn wypowiedzenia umowy. Co więcej, umowa na zastępstwo nie zapewnia ochrony pracownicy w ciąży przed rozwiązaniem stosunku pracy.

§ Umowa zlecenie

Przy tego rodzaju umowie zleceniobiorca zobowiązuje się do wykonania określonego zakresu czynności na rzecz zleceniodawcy. Liczy się działanie, które nie musi prowadzić do osiągnięcia określonego rezultatu. W tej umowie nie przysługują przywileje wynikające z umowy o pracę, czyli urlopy, zasiłki, odprawy, okresy wypowiedzeń. Jej postanowienia regulują art. 734 – 751 Kodeksu Cywilnego. W przypadku tej umowy obowiązuje odprowadzenie podatku dochodowego i składek ubezpieczenia do ZUS. Niekiedy jednak składki te nie są obowiązkowe np. w przypadku zatrudnienia osoby uczącej się (uczniów, studentów), do 26 roku życia.

§ Zatrudnienie młodzieży

Niezłym pomysłem na znalezienie pracownika na zastępstwo jest zatrudnienie młodzieży. Chętnych na pewno nie zabraknie, bo wielu młodych ludzi poświęca miesiąc wakacji, by zarobić na samodzielne wyjazdy. Bez uzyskiwania zezwolenia z Państwowej Inspekcji Pracy istnieje możliwość zatrudniania młodocianych, którzy ukończyli 16 rok życia. Mogą być oni zatrudniani na podstawie umowy o pracę nie tylko w ramach nauki i przygotowania do wykonywania zawodu, ale także przy wykonywaniu lekkich prac. Młodzi pracownicy w czasie wakacji mogą wykonywać prace niepowodujące zagrożenia dla zdrowia, życia i rozwoju psychofizycznego. Czas pracy młodocianego w wieku do 16 lat nie może przekraczać 6 godzin na dobę, a czas pracy młodocianego w wieku powyżej 16 lat nie może przekraczać 8 godzin na dobę. Jeżeli dobowy wymiar czasu pracy młodocianego jest dłuższy niż 4,5 godziny, pracodawca jest obowiązany wprowadzić przerwę w pracy trwającą nieprzerwanie 30 minut, wliczaną do czasu pracy. Młodociani pracownicy mają także zagwarantowany 48-godzinny wypoczynek weekendowy obejmujący niedzielę.

Wszystkie powyższe umowy zawarte powinny być w formie pisemnej. Taka sama forma wymagana jest również w przypadku zmiany warunków w nich określonych, jak i rozwiązaniu. Rozwiązanie umowy, oprócz wypowiedzenia może nastąpić również za poprozeniem stron.

Czy wiecie, że...

Bez zbędnej biurokracji

Ministerstwo Infrastruktury chce pójść na rękę polskim przedsiębiorcom i zaproponowało, by od nowego roku kopie dokumentów kasowych były przechowywane przez 2 lata, a nie jak do tej pory 5. Do 31 grudnia br. obowiązuje okres przejściowy, w którym czas przechowywania kopii paragonów fiskalnych skrócono z 5 do 2 lat. Propozycja zakłada, że od 2012 r. 2-letni okres stanie się regułą. Przez co najmniej 24 miesiące należałoby archiwizować papierowe kopie dokumentów z kas fiskalnych, potwierdzające sprzedaż. Zdaniem ministerstwa dłuższe trzymanie kwitków nie jest potrzebne, bo w przeciętnych warunkach kopie paragonów są czytelne najwyżej przez 2 lata, a dobowe raporty fiskalne pozostają w pamięci kasy i w razie potrzeby można je wydrukować.

NAPISZ DO NAS!

Jeśli chcesz nas o coś zapytać, podzielić się swoimi spostrzeżeniami, napisz do nas na adres mailowy redakcja@topsprzedawca.eu ! Najciekawsze listy opublikujemy! Zapraszamy też do odwiedzania naszej strony internetowej www.topsprzedawca.eu. Tam też możesz wyrazić swoją opinię!