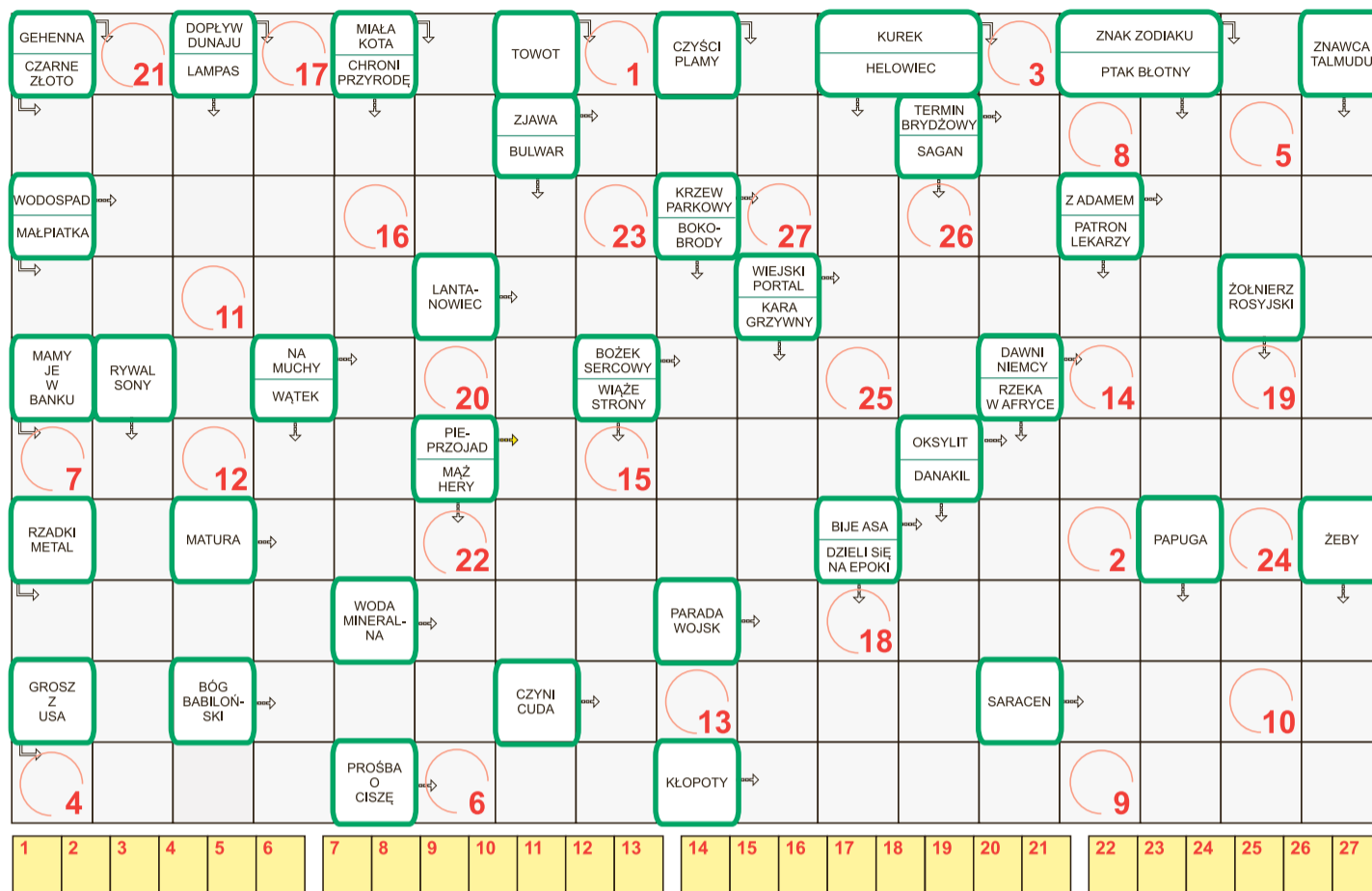


# Krzyżówka panoramiczna nr 12

KALEJDOSKOP WYDARZEŃ

To i owo



Litery z pól ponumerowanych od 1 do 27 dadzą rozwiązanie krzyżówki, które prosimy nadsyłać na adres naszej redakcji. Wśród autorów poprawnych rozwiązań rozlosujemy nagrodę.

Rozwiązanie poprzedniej krzyżówki brzmi: „POLSKA GRUPA GÓRNICZA”. Nagrodę wylosowała: A. WÓJCİK Z GLIWIC.

## PIWO PRZEZ WIEKI

# Do półki – piwka w grze



Dzięki ekspresowi UEFA Michelowi Platiniemu, dzisiaj persona non grata świata sportu, tegoroczne mistrzostwa Europy w piłce nożnej będą największe w historii. Na 10 francuskich stadionach 24 reprezentacje rozegrają w miesiąc łącznie 51 meczów. Kibice różnie oceniają zwiększenie liczby uczestników, ale podziękować byleby gwiazdzie kadry Włoch mogą na pewno koncerty piwowskie. W fazie grupowej każdego dnia odbędą się trzy mecze – pierwszy o 15, ostatni o 21. Przypadkiem się składa, że według badań w tym właśnie czasie Polacy, którzy będą kibicować naszym w domach, u znajomych, w pubach lub strefach kibica, najchętniej sięgają po piwo. Co więcej, w tym roku będzie ono tańsze niż na Euro 2012.

Główny Urząd Statystyczny wyliczył, że w kwietniu 2016 roku przeciętna cena półlitrowej butelki jasnego piwa kosztowała 2,75 złotych, czyli o 6 proc. mniej niż cztery lata temu. W tym roku za przeciętne miesięczne wynagrodzenie netto można kupić 1093 butelek piwa, a za przeciętną pensję cztery lata wcześniej – 888 butelek, czyli aż o 205 mniej niż teraz. Pijemy też go z roku na rok coraz więcej – co 10. piwo wypijane w UE spożywane jest przez Polaków. Dorosły rodak wypija 98 litrów piwa rocznie, a przeciętny obywatel UE – średnio 80.

W tej dyscyplinie więc już wygrywamy, wystarczy jedynie, żeby biało-czerwoni uzyskali nad rywalami podobną przewagę. Jednak nie musi być łatwo, ponieważ

trafiłszy do mocno „piwnej” grupy – mistrz świata Niemcy to ujemny wicelider (za Czechami) – w przeliczeniu na głowę nasi sąsiedzi wypijają rocznie 107 litrów złotego trunku. Pokonani już przez nas Irlandczycy, jak to Wyspiarze, piwo uważają za dobro narodowe.

### KONCERNY ZACIERAJĄ RĘCE

Nasza branża piwowska wiąże z Euro, jak z każdą dużą imprezą sportową, duże nadzieje, ale nie spodziewa się rekordów jak cztery lata temu. Gdy Polska i Ukraina organizowały mistrzostwa, sprzedaż piwa od maja do lipca wzrosła o 6 proc. rok do roku, jednak wynik ten nakręcili wtedy także zagraniczni kibice, którzy zjechali do Warszawy, Gdańska, Poznania i Wrocławia, by oglądać mecze na żywo albo w strefach kibica. Mimo wszystko w tym roku browary i tak liczą na czteroprocentowy wzrost sprzedaży podczas trwania turnieju, co ma się przełożyć w skali całego roku na zwiększenie rynku o 1 proc. Dużo zależy także od pogody – tu wyniki ekonomiczne będą oczywiście wprost proporcjonalne do wzrostu temperatury.

### SIECI KUSZĄ SPRAGNIONYCH KIBICÓW

Także polskie sieci handlowe węższą piłkarski interes i we współpracy z browarami przygotowały liczne promocje. Delikatesy

Piotr i Paweł oferują klientom kupony do wykorzystania w trakcie euro: „3 gole” – rabat 34 proc. na piwo Żubr, jeśli Polacy w którymś meczu strzelą przynajmniej trzy bramki, „Hat-trick” – zniżka 40 proc. na piwo Carlsberg, jeśli trzy gole strzeli jeden nasz zawodnik. Dla hurraoptymistów przeznaczony jest kupon „Gdy Polska w finale” – wtedy 10 lipca wszystkie produkty marki PiP będą dwa razy tańsze. Pesymiści prędzej zdecydują się na nawiązujący do, oby już nieaktualnej, przyśpiewki kupon „Nic się nie stało” – dzień po odpadnięciu biało-czerwonych z turnieju kupią na otarcie łez piwo tańsze o 44 proc.

Biedronka, oficjalny sponsor reprezentacji Polski, prowadzi podczas Euro dwa piwne konkursy z nagrodami. Od 27 maja do 23 czerwca z Warką i Heinekenem: codziennie trzy nagrody pieniężne po 1000 złotych, co tydzień 25 tys. bonów uprawniających do nabycia czteropak piwa Warka lub Heineken w cenie 1 grosza, a w finale loterii 10 tys. złotych oraz 100 stołów do piłkarzyków. Drugi, od 27 maja do 6 lipca, z Tyskim: do wygrania 25 tys. flag kibica, 48 telewizorów 50-calowych i samochód Volkswagen Touran.

Sieci Lidl i Tesco też reagują na trwające mistrzostwa – pierwsza reklamuje obniżki cen hasłem „Piłka nożna rozpala emocje, które czasem trzeba ochłodzić”, a druga wprowadza na półki piwa rzemieślnicze z Polski, m.in. z browarów Inne Beczki, Brokreacja, Setka czy Kraftwerk.

MAREK KOWALIK

**NAJBLIŻSZE MIESIĄCE PRZYNOSIĄ RYWALIZACJĘ O PRACOWNIKÓW I PRESJĘ NA PODWYŻKI.** Pracodawcy jako główne wyzwania na ten rok wskazują utrzymanie wykwalifikowanych pracowników, oczekiwanie podwyżek oraz idący za tym koszt zatrudnienia. Demografia dyktuje, że rynek pracownika się umocni, bo liczba Polaków w wieku produkcyjnym spadnie z 24,4 mln w 2015 roku do niespełna 23 mln w 2030 roku, a po kolejnej dekadzie zmaleje o kolejny milion. Mimo że wskaźnik zatrudnienia Polaków w wieku 15–64 lata wzrósł w ostatnich latach do 61,7 proc. z niespełna 59 proc. na początku tej dekady, to nadal odbiega od unijnej średniej (64,8 proc.). Obniża go niska aktywność zawodowa osób 55+ (42,5 proc.), która w skali całej Unii jest niemal o 10 pkt proc. wyższa.

**UMACNIAJĄCY SIĘ RYNEK PRACOWNIKA I REKORDOWO NISKI POZIOM BEZROBOCIA SPOWODOWAŁY, ŻE ZAINTERESOWANI PODJĘCIEM ZATRUDNIENIA MOGĄ W TYM ROKU PRZEBIERAĆ W OFERTACH.** Pracodawcy kuszą stawkami wynoszącymi średnio 12–15 złotych na godzinę przy pracach sezonowych. Najlepiej w czasie wakacji będzie można zarobić jako opiekunka do dzieci. Stawki wynoszą 19–26 złotych na godzinę. Hostessy dostają od 10 do 22 złotych, od 11 złotych zaczynają się zarobki w call centers i na liniach produkcyjnych, gdzie maksymalne stawki wynoszą ok. 17–18 złotych. Najgorzej opłacani są kelnerzy, którzy z założenia mają dorabiać na napiwkach. Mimo to spora część Polaków wybierze tego lata pracę za granicą. Wiosną br. prawie 19,1 proc. aktywnych zawodowo rodaków planowało wyjazd za granicę – najczęściej na kilka miesięcy. Plany wyjazdu mieli najczęściej ludzie młodzi i bezrobotni. Planowali wyjazdy do Niemiec, gdyż niemiecka płaca minimalna w wysokości 8,5 euro za godzinę to równowartość ponad 36 złotych. Polskich pracodawców zamierzają wesprzeć Ukraińcy. 40 proc. firm w Polsce zamierza sięgnąć po pracowników z Ukrainy. Polscy przedsiębiorcy złożyli w powiatowych urzędach pracy 318,2 tys. oświadczeń o zamiarze powierzenia pracy kandydatowi zza wschodniej granicy.

**45 PROC. POLAKÓW JEST PRZEKONANYCH, ŻE NAJLEPSZY WIZERUNEK MAJĄ DYSKONTY.** Sieci takie jak Biedronka, Lidl czy Kaufland kojarzą się nam znacznie lepiej niż sklepy osiedlowe, które są postrzegane pozytywnie przez 19 proc. rodaków. Na trzecim miejscu pod kątem wizerunkowym plasują się supermarkety oraz hipermarkety. Za najbardziej godne zaufania sieci handlowe respondenci uznali Biedronkę (65 proc.), Lidla (48 proc.) i Kaufland (35 proc.). Sklepy należące do Biedronki są też najchętniej odwiedzane.

D W U T Y G O D N I K

## Górnika

PISMO SPOŁECZNO-ZAWODOWE ŚRODOWISKA GÓRNICZEGO

REDAKTOR NACZELNY: Sławomir Starzyński

Redaguje zespół

WYDAWCA: Hanna Krzyżowska

Oficyna Wydawnicza „Górnika”,

40-749 Katowice, ul. Bł. ks. St. Kubisty 47,

tel. 32 352 03 09; tel. 500 27 88 66.

E-MAIL: [gornik1@wp.pl](mailto:gornik1@wp.pl);strona internetowa [www.nowygornik.pl](http://www.nowygornik.pl)

DRUK: POLSKA PRESS Sp. z o.o., Oddział Poligrafia,

Drukarnia Sosnowiec

Redakcja nie odpowiada za treść reklam i ogłoszeń. Nie zwracamy niezamówionych materiałów. Zastrzegamy sobie prawo redagowania publikowanych tekstów. Dalsze rozpowszechnianie całości czy części materiałów opublikowanych na łamach „Nowego Górnika” bez pisemnej zgody wydawcy są zabronione.