PROGRES
Instytut Rozwoju i Edukacji

Sprawozdanie z przebiegu szkolenia oraz zakupu kontrolowanego

przeprowadzonego na zlecenie

Miasta i Gminy Sieniawa

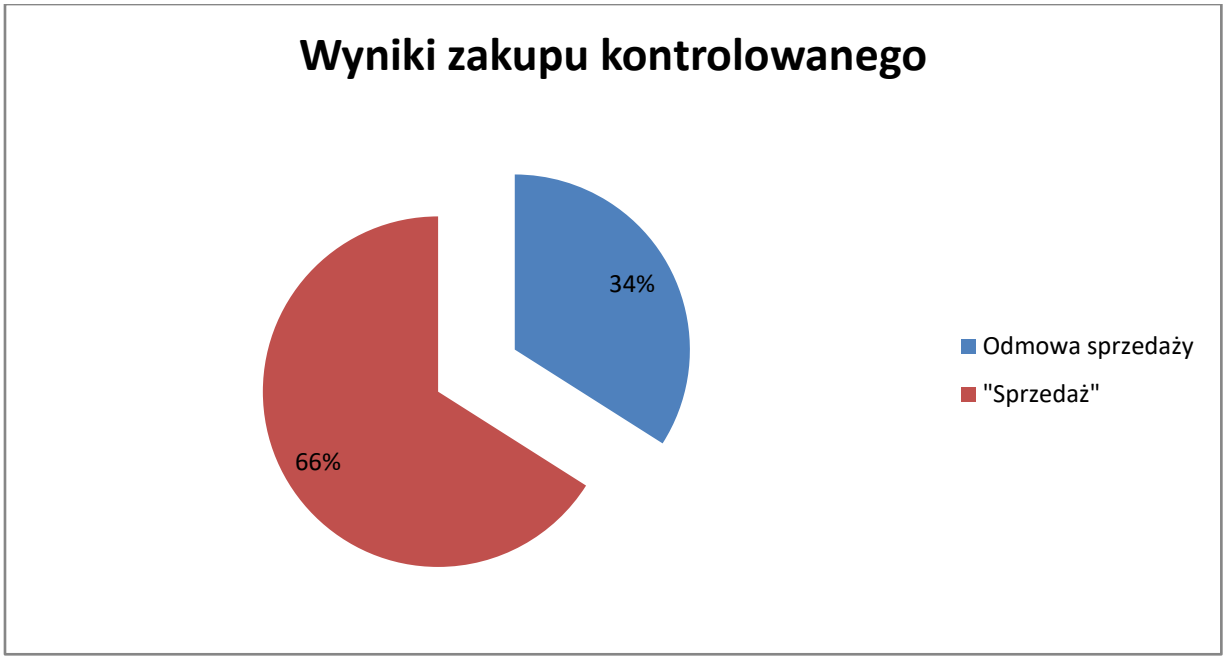
I. Miejscowość i czas realizacji:

W maju 2023 na zlecenie Miasta i Gminy Sieniawa, PROGRES – Instytut Rozwoju i Edukacji przeprowadził szkolenie sprzedawców napojów alkoholowych w formie stacjonarnej. Wszystko to zostało poprzedzone tzw. „zakupem kontrolowanym”. Akcją objęto 12 sklepów działających na terenie Miasta i Gminy (jeden punkt w dniu realizacji był zamknięty). Po przeprowadzonym eksperymencie zostało zrealizowane szkolenie stacjonarne dla właścicieli oraz personelu punktów sprzedaży alkoholu.

II. Charakterystyka procedury sprzedaży alkoholu w ramach zakupu kontrolowanego

Szkolenie „Zakup kontrolowany” jest elementem diagnozy i profilaktyki nakierowanej na problematykę alkoholową na wybranym obszarze. Opisuje postawy sprzedawców i społeczności lokalnej (reakcja innych klientów sklepu na zakup alkoholu przez dziecko/młodzież) co do spożywania alkoholu przez osoby niepełnoletnie, oraz wprowadza działania naprawcze w trakcie szkoleń dla sprzedawców.
„Zakup kontrolowany" składa się z dwóch etapów. Pierwszy polega na odwiedzeniu każdego punktu sprzedaży alkoholu przez osobę wyglądającą na niepełnoletnią. Kupującym - „tajemniczym klientem" był mężczyzna pełnoletni, którego wiek w opinii publicznej oceniony był na ok 17 lat.
Przedmiotem próby zakupu było piwo, z uwagi na fakt, iż w opinii społecznej jest to środek stosunkowo niegroźny, często postrzegany jako napój.
Zakup przebiegał w następujący sposób: kupujący prosił o podanie alkoholu, obserwował reakcję sprzedawcy. W odpowiedzi na prośbę o potwierdzenie pełnoletniości na podstawie dokumentu tożsamości, przekonywał o pełnoletniości, bądź starał się w inny sposób nakłonić przedsiębiorcę do sprzedaży bez jego okazania. Bezpośrednio po odwiedzeniu każdego punktu, sporządzany był protokół, który podsumowywał przebieg zakupu, oraz dokumentował inne ważne fakty, zaobserwowane podczas akcji. Ostatecznie do zakupu nie dochodziło.
W drugim etapie nastąpiło szkolenie stacjonarne podsumowujące w budynku Urzędu Miasta i Gminy, prowadzone przez trenera. Jego głównym celem było uświadomienie konsekwencji wynikających z nielegalnej sprzedaży alkoholu. Każdy punkt sprzedaży został podsumowany komentarzem psychologicznym o charakterze zgodnym z wynikami „zakupu” (wzmacniający pożądane postawy, lub negujący fakt złamania prawa, jakim jest sprzedaż alkoholu osobom nieletnim). Przedmiotem szkolenia było ponadto przedstawienie zasad sprzedaży, uprawnień i obowiązków przedsiębiorców, nauka umiejętności psychospołecznych ważnych w pracy sprzedawcy, przede wszystkim asertywnej odmowy, procedura postępowania w sytuacjach wyjątkowych, przedstawienie możliwości współpracy z Policją, KRPA, Strażą Miejską, omówienie i interpretacja aktualnych przepisów prawnych dotyczących zasad sprzedaży i podawania napojów alkoholowych, wydawania i cofania zezwoleń, oraz problematyka FAS i innych skutków picia alkoholu w wymiarze psychospołecznym.

IV. Wyniki zakupu kontrolowanego:



- W 3 punktach sprzedawcy kategorycznie odmówili sprzedaży „tajemniczemu klientowi" ze względu na jego młody wygląd
- Do „sprzedaży" alkoholu doszło w 8 punktach

V. Wnioski i zalecenia:

Istotnym działaniem jednostek zajmujących się przeciwdziałaniem uzależnieniom w środowisku lokalnym jest zwrócenie uwagi na sprzedaż alkoholu na terenie miasta i gminy, a w przypadku nieprzestrzegania zapisów ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi, zaostrzenie kontroli.

Na pochwałę zasługuje postawa większości osób podających alkohol w punktach sprzedaży z terenu miasta i gminy Sieniawa, pracujących w dniu realizacji badania. Trzy z jedenastu punktów nie zdecydowała się na sprzedaż, mimo próśb kupującego. Należy jednak pamiętać, że młodzież stosuje różne metody, by osiągnąć zamierzony cel. Mocny makijaż, ton głosu, a w ostatnim czasie konieczność zakładania maseczek, mogą zmylić niejednego sprzedawcę. Dlatego tak istotne jest ciągłe podkreślanie, że wyznacznikiem wieku kupującego jest wyłącznie jego dowód osobisty .

Biorąc pod uwagę wyniki „zakupu kontrolowanego” na terenie miasta i gminy Sieniawa, głównym zaleceniem związanym z prowadzeniem działań profilaktycznych jest wzmacnianie dobrych praktyk wśród właścicieli oraz personelu punków sprzedaży alkoholu poprzez regularne organizowanie szkoleń mających na celu podnoszenie ich wiedzy, kompetencji i świadomości. Udany zakup alkoholu w 8 punktach sprzedaży świadczy o brakach elementarnej wiedzy z obszaru ustawy przez określonych przedsiębiorców, ale także o nagannej postawie wobec sprzedaży alkoholu osobom niepełnoletnim. Zaleca się zatem regularne prowadzenie kontroli punktów sprzedaży alkoholu, by mieć pewność, że sytuacje sprzedaży nieletnim zostaną wyeliminowane

Nie należy zapominać, że działania podejmowane przez lokalne władze winny skupiać się na różnych grupach odbiorców, nie tylko przedsiębiorcach, tym samym kierować je również względem dzieci, młodzieży, rodziców, nauczycieli, pedagogów, dorosłych mieszkańców. Tylko holistyczne podejście do działań profilaktycznych może przynieść zamierzone efekty. W tym celu należy rozpatrzyć możliwość organizacji zajęć profilaktycznych w szkołach z zakresu szeroko rozumianej profilaktyki uzależnień. Zajęcia te miałyby na celu wzmocnienie prawidłowych postaw względem środków psychoaktywnych, ćwiczenie umiejętności asertywnej odmowy oraz ukazanie znaczenia podejmowanych decyzji. W tego typu działania warto zaangażować rodziców, opiekunów i kadrę pedagogiczną, aby uświadomić im wagę podtrzymywania prawidłowych relacji na linii dziecko - osoba dorosła, w procesie wychowania i dorastania. Niezwykle ważne jest wzmocnienie ich autorytetu oraz przekazanie narzędzi w postaci rzetelnej wiedzy nt. środków uzależniających. Dorośli muszą stać się źródłem wiarygodnych informacji dla swoich podopiecznych.

We wzmacnianiu prawidłowych postaw społecznych związanych z alkoholizmem i innymi zagrożeniami lokalnymi pomocne okazać się mogą działania KRPA w zakresie organizacji kampanii informacyjnych. Można je prowadzić przy okazji festynów, imprez plenerowych, obchodów ważnych wydarzeń lokalnych itp. Mogą temu posłużyć akcje ulotkowe, plakaty informacyjne, a także krótkie prelekcje z trenerem profilaktyki uzależnień.

Rekomenduje się również przeprowadzenie ponownego eksperymentu „Tajemniczy Klient” za około 12 miesięcy w celu weryfikacji postawy przedsiębiorców.