



**PROGRES
RZESZÓW**

**SPRAWOZDANIE Z PRZEBIEGU BADAŃ WŚRÓD
WŁAŚCICIELI ORAZ PERSONELU PUNKTÓW
SPRZEDAŻY ALKOHOLU W GMINIE
LUBARTÓW**

Lubartów 2024

I. Badanie punktów sprzedaży alkoholu

Kwestionariusz ankiety, składający się z 11 pytań, miał na celu analizę postawy sprzedawców względem (między innymi) takich zagadnień jak:

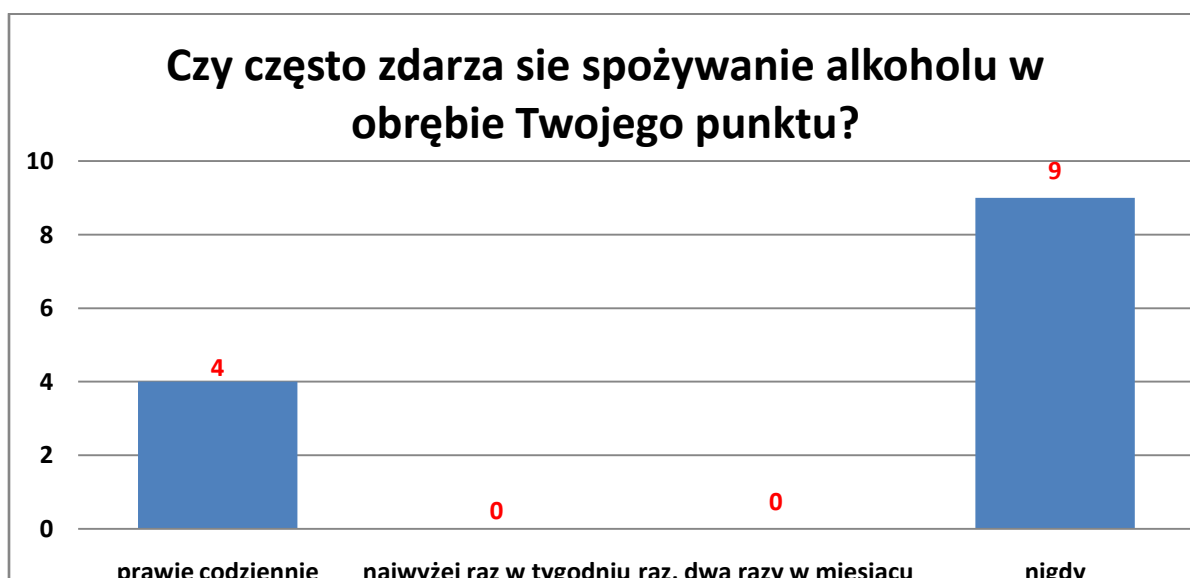
- sprzedaż alkoholu i wyrobów tytoniowych osobom nieletnim,
- spożywanie alkoholu w miejscu sprzedaży lub jego obrębie,
- awantury i bójki spowodowane przez osoby spożywające alkohol,

Ankieta została przeprowadzona w 13 punktach sprzedaży napojów alkoholowych na terenie Gminy Lubartów (jeden punkt był zamknięty). W 11 przypadkach ankietę wypełniali pracownicy punktów, natomiast w 2 przypadku byli to właściciele.

Postawy sprzedawców wobec alkoholu

Kwestionariusz ankiety został podzielony na trzy części tematyczne. Pierwsza dotyczyła diagnozy spożywania alkoholu przez mieszkańców gminy w sklepie bądź jego obrębie, a także na określeniu, czy osoby spożywające alkohol stanowią niebezpieczeństwo dla najbliższego środowiska. Część druga skupiała się na analizie postaw sprzedawców względem sprzedaży alkoholu osobom nieletnim, zaś część trzecia badała zjawisko sprzedaży wyrobów tytoniowych w tej samej grupie.

Wyniki ankiety zamieszczone zostały w tabelach:



W badaniu interesowało nas również zjawisko zagrożenia społecznego, które może być powodowane przez osoby spożywające alkohol.

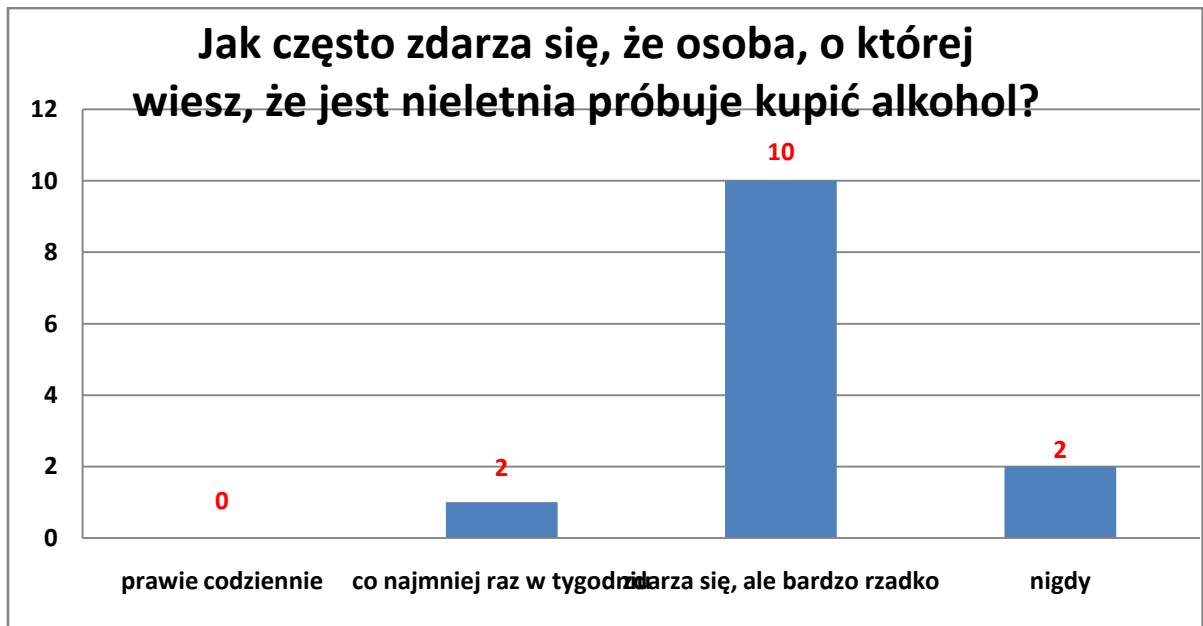
Zapytaliśmy więc, czy takie osoby stanowią zagrożenie dla bezpieczeństwa w danym środowisku lokalnym. Pośród badanych 8 osób nie widzi żadnego zagrożenia ze strony osób pijących, natomiast pozostałe osoby nie miały zdania na ten temat.

Z piciem alkoholu często wiążą się incydenty kłótni czy bójek, które mogą się również zdarzać w obrębie punktów sprzedaży alkoholu, dlatego także o to zapytaliśmy respondentów. Wszyscy przyznali, że w ostatnim miesiącu takie sytuacje nie miały miejsca. Jedna osoba pośród respondentów zapytanych o to czy zdarzyło im się wezwać Policję/Straż Miejską w sprawie spożywania alkoholu przez klientów w obrębie punktu, udzieliła twierdzącej odpowiedzi. Potwierdza to niejako fakt, że osoby pijące mogą stwarzać zagrożenie dla mieszkańców.

Kolejny obszar badawczy dotyczył sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych osobom nieletnim. Na początek warto odnieść się do ogólnopolskich tendencji, które zostały ujęte w raporcie „Młodzież 2021” sporządzonym przez CBOS we współpracy z Krajowym Biurem ds. Przeciwdziałania Narkomanii. Według tegoż raportu rokrocznie utrzymuje się taki sam poziom spożywania wódki przez młodzież, przy czym nieznacznie spada spożycie piwa oraz wina. Jeśli chodzi natomiast o palenie papierosów, nastąpił lekki wzrost odsetka uczniów palących względem poprzedniego badania.

Na początek chcieliśmy zbadać powszechność prób zakupu alkoholu przez osoby niepełnoletnie. Zapytaliśmy więc sprzedawców, jak często zdarza się, że młody człowiek próbuje kupić alkohol.

Większa część respondentów twierdzi, że sytuacje, kiedy osoba nieletnia próbuje kupić alkohol zdarzają się, ale bardzo rzadko.



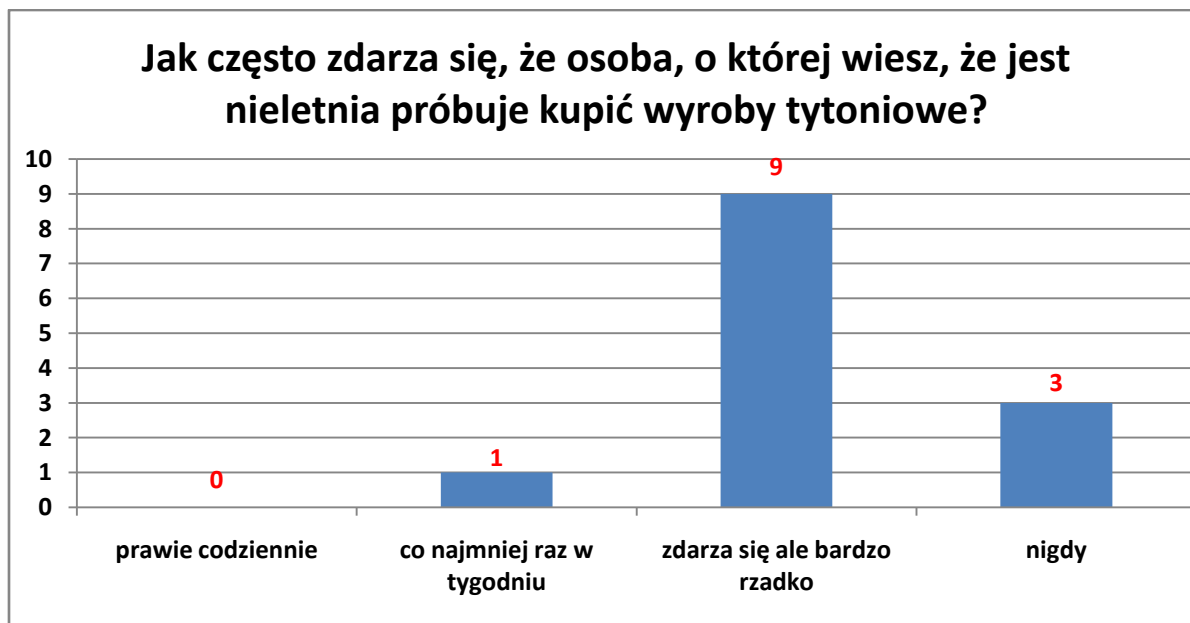
Zapytaliśmy także sprzedawców o to czy oni sami kontrolują sprzedaż alkoholu osobom nieletnim.

Trzynastu respondentów deklaruje, że zawsze sprawdzają dowód tożsamości młodym ludziom, którzy próbują kupić alkohol lub papierosy.

Identyczna sytuacja ma się ze sprzedażą alkoholu osobie nieletniej. Nigdy nie zdarzyło się to 13 osobom ankietowanym.

Mając na uwadze ogólnopolską skalę zjawiska, wydaje się być prawdopodobnym, że odpowiedzi na powyższe pytania, niekoniecznie odzwierciedlają stan faktyczny. Podanie nieprawdziwej odpowiedzi może być podyktowane strachem przed konsekwencjami nie tylko ze strony pracodawcy ale przede wszystkim skutkami prawnymi łamania obowiązującego prawa – zakazu sprzedaży alkoholu osobom niepełnoletnim.

Zapytaliśmy również badanych jak często zdarzają się incydenty związane z próbą zakupu wyrobów tytoniowych przez osoby niepełnoletnie. Odpowiedzi badanych były zróżnicowane. Wyniki badań przedstawia wykres poniżej.



Na pytanie czy znane są badanym przypadki sprzedaży wyrobów tytoniowych osobom nieletnim, jedenastu respondentów nie wie o takich sytuacjach.

Na zakończenie zapytaliśmy respondentów o to, czy zdarzyło się im kiedykolwiek sprzedać wyroby tytoniowe osobom niepełnoletnim. **Każdy z respondentów zaprzecza, że sprzedał wyroby tytoniowe osobie nieletniej.**

Warto odwołać się w tym miejscu do Art. 15 ust. 2 Ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi, gdzie wyraźnie podkreślono, iż w przypadku wątpliwości, co do pełnoletniości nabywcy, **sprzedający lub podający napoje alkoholowe uprawniony jest do żądania okazania dokumentu stwierdzającego wiek nabywcy.** Jest to podstawowe prawo sprzedawcy. Sprzedaż napoju alkoholowego lub wyrobów tytoniowych osobom poniżej 18 roku życia, grozi grzywną i utratą zezwolenia na sprzedaż.

II. WNIOSKI I REKOMENDACJE

Istotnym działaniem jednostek zajmujących się przeciwdziałaniem uzależnieniom w środowisku lokalnym jest zwrócenie uwagi na sprzedaż alkoholu na terenie gminy oraz zaostrożenie kontroli sprzedaży.

Sami sprzedawcy twierdzą, że sprawdzają dokument tożsamości, chociaż są osoby, które wiedzą o przypadkach sprzedaży alkoholu nieletnim.

Zaleca się konfrontację wypowiedzi sprzedawców ze zdaniem młodzieży, która wielokrotnie biorąc udział w różnego typu badaniach ankietowych wskazuje, że samodzielnie, bez większego kłopotu zaopatruje się w alkohol. Sprawdzenie wiarygodności opinii obu grup możliwe jest poprzez realizację diagnozy lokalnych zagrożeń obejmującej swoim zasięgiem dodatkowo uczniów oraz mieszkańców. Badania pozwolą na rzetelną diagnozę problemu alkoholizmu i innych pokrewnych (w tym: nikotyna, narkotyki, dopalacze, a także przemoc, uzależnienia behawioralna i in.)

Dodatkowo Komisja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych powinna zwiększyć kontrolę punktów sprzedaży napojów alkoholowych w celu zlikwidowania miejsc, w których nieletni lub nietrzeźwi mogą zakupić alkohol.

W prowadzeniu działań profilaktycznych na terenie Gminy Lubartów tak samo istotne wydają się być strategie oparte na przekazywaniu rzetelnej, adekwatnej do odbiorców wiedzy, a także te, oparte na rozwoju umiejętności psychospołecznych jak np. asertywność. Nie należy zapominać, że tymi odbiorcami nie mogą być tylko sprzedawcy, lecz również dzieci, młodzież, rodzice, nauczyciele, pedagodzy, dorośli mieszkańcy. 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 wzmocnianiu 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 eksperymentu „Tajemniczy Klient”, polegającego na próbie zakupu alkoholu przez osobę wzbudzającą duże wątpliwości co do swojej pełnoletności. Osoba ta ma ukończone 18 lat, zaś na podstawie opinii biegłych jej wiek ocenia się w granicy 16 lat. „Tajemniczy klient” odwiedzając każdy punkt sprzedaży alkoholu osobno i przy użyciu powszechnie stosowanych przez osoby nieletnie metod, dokonuje próby zakupu alkoholu. Po przeprowadzeniu zlecenia zostaje przygotowany protokół, zawierający stan faktyczny sprzedaży bądź odmowy sprzedaży alkoholu „Tajemniczemu klientowi”, a także wnioski i zalecenia na podjęcie ewentualnych działań na przyszłość.