ROPSAN

Rodzice Przeciwko Sprzedaży Alkoholu Nieletnim

Dostępność alkoholu dla niepełnoletniej młodzieży

Diagnoza zjawiska sprzedaży napojów alkoholowych osobom niepełnoletnim w Gliwicach.

Raport z badań „tajemniczego klienta”

2024

Realizacja projektu: Ogólnopolskie Stowarzyszenie „RoPSAN - Rodzice Przeciwko Sprzedaży Alkoholu Nieletnim”

Zadanie zostało zrealizowane dzięki dofinansowaniu ze środków miasta Gliwice

Warszawa/Gliwice, wrzesień 2024

Charakterystyka badania

Głównym celem badania była **diagnoza rzeczywistych rozmiarów zjawiska sprzedaży napojów alkoholowych niepełnoletniej młodzieży w Gliwicach.**

Badania przeprowadzono **metodą „tajemniczego klienta" pod koniec września 2024 r. Łącznie zrealizowano 34 audyty w sklepach, marketach i lokalach gastronomicznych prowadzących sprzedaż napojów alkoholowych**: 13 audytów w małych i średnich sklepach osiedlowych, 15 w super i hipermarketach oraz 6 w lokalach gastronomicznych.

W każdym badanym punkcie sprzedaży pojawił się „młody audytor" wyglądający na osobę niepełnoletnią, który próbował kupić dwa piwa (w lokalach również zamawiał piwo). **W połowie audytów był to chłopak a w połowie dziewczyna**. W opinii sędziów kompetentnych uczestniczących w kwalifikacji audytorów osoby zaproszone do badania budziły istotne wątpliwości, czy faktycznie mają już 18 lat.

Za każdym razem w badaniu uczestniczył również drugi „**dorosły audytor**", którego **zadaniem było zwrócenie uwagi sprzedawcy**, gdy ten bez sprawdzenie dowodu osobistego lub innego dokumentu potwierdzającego wiek klienta był gotów sprzedać piwo osobie wyglądającej na niepełnoletnią. W momencie gdy sprzedawca wskanował piwo i podał kwotę do zapłaty „dorosły audytor" rozpoczynał interwencję. Istotnym elementem badania było sprawdzenie reakcji sprzedawców na interwencję osoby dorosłej, a także monitorowanie zachowań innych dorosłych świadków próby zakupu alkoholu, podejmowanej przez osobę niepełnoletnią.

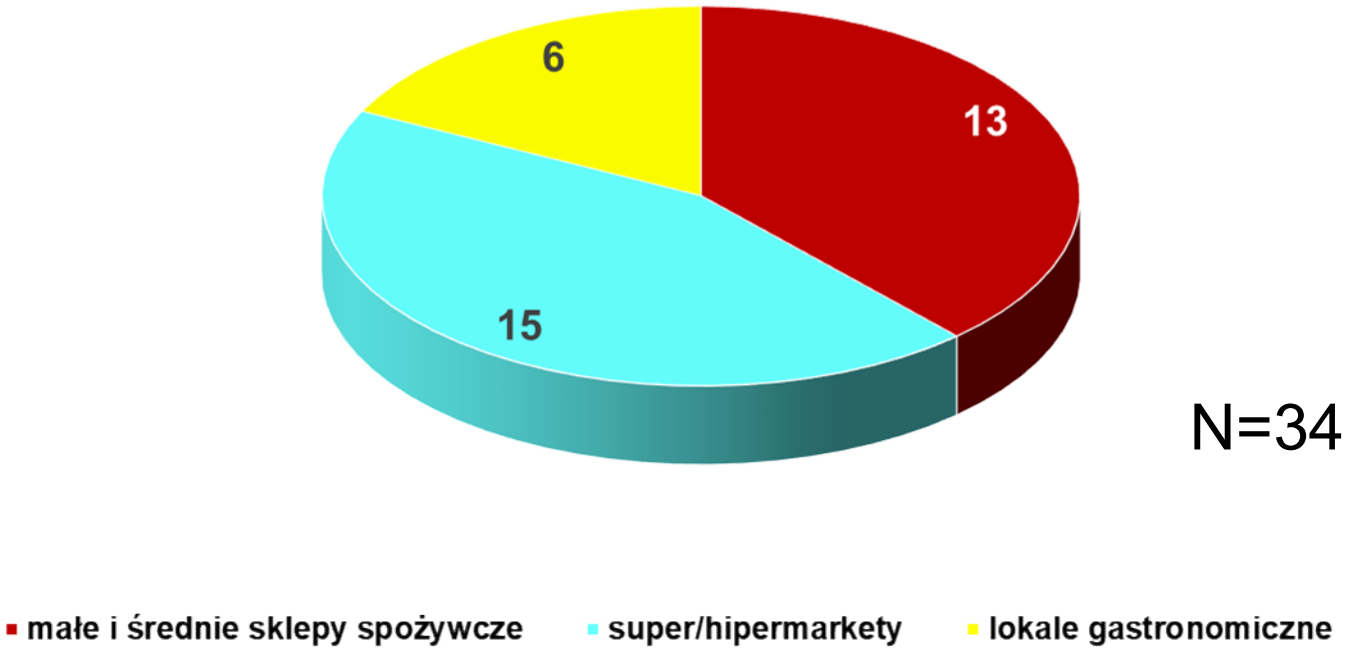
Wyniki badania

Skala badania

Liczba i kategorie placówek handlowych objętych badaniem

WYKRES 1.

Badanie przeprowadzono w pod koniec września 2024 r. w 34 losowo wybranych sklepach, marketach oraz lokalach gastronomicznych na terenie miasta Gliwice.

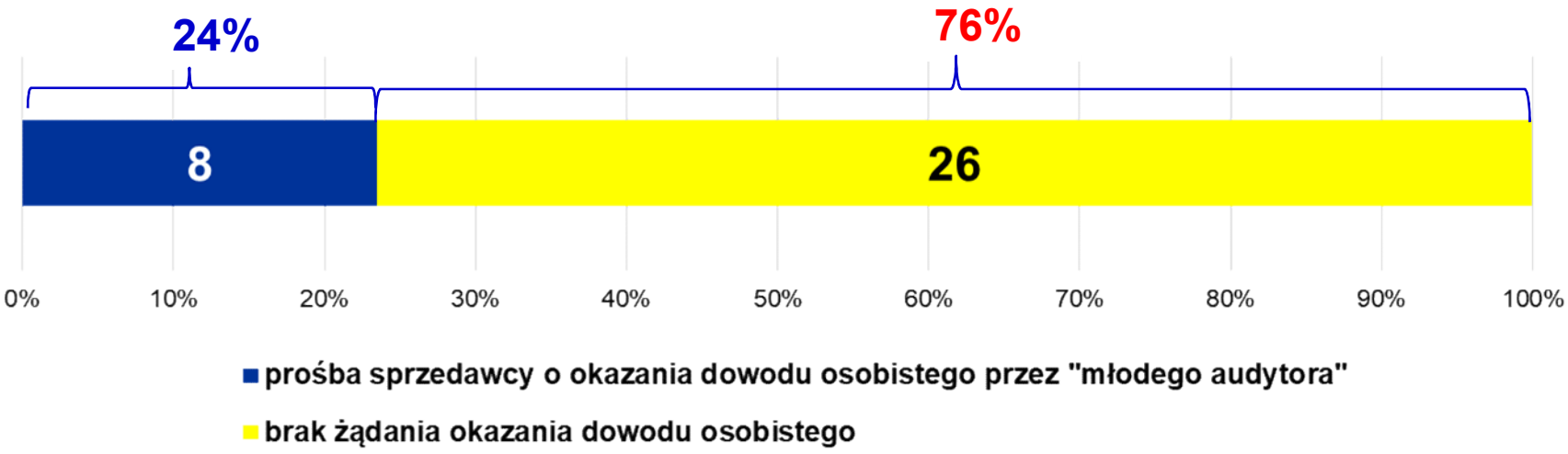


N=34

Żądania okazania dowodu osobistego

WYKRES 2.

Prośba sprzedawcy o pokazanie dowodu osobistego przez „młodego audytora”. Badanie przeprowadzono w **34 punktach sprzedaż napojów alkoholowych** w Gliwicach.

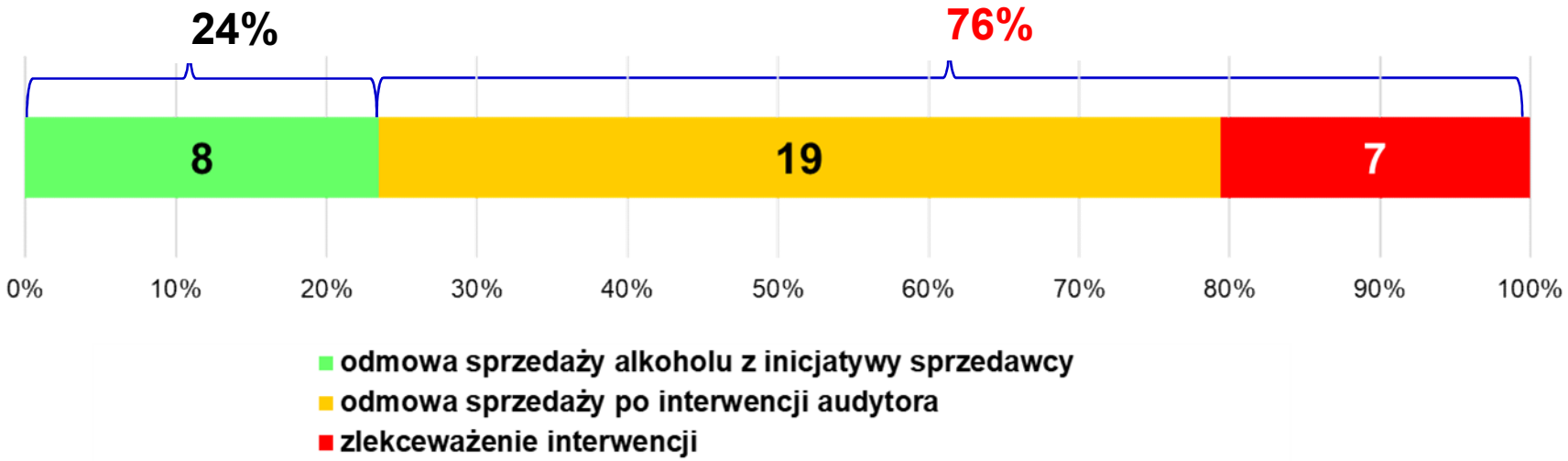


Spośród 34 prób zakupu piwa przeprowadzonych w ramach badania **ponad ¾ zakończyło się gotowością sprzedaży alkoholu osobom niepełnoletnim, bez sprawdzenia dowodu osobistego (76%)**. **W co czwartym audycie (24%) sprzedawcy poprosili młodo wyglądających audytorów o pokazanie dowodu osobistego**.

Gotowość sprzedaży alkoholu „młodym audytorom”

WYKRES 3.

Gotowość sprzedaży alkoholu „młodym audytorom” w sklepach, marketach i lokalach gastronomicznych w Gliwicach. Łącznie przeprowadzono 34 audyty (N=34).



Spośród 34 prób zakupu piwa przeprowadzonych w ramach badania **tylko co czwarta (24%) zakończyła się odmową sprzedaży alkoholu przez sprzedawcę. W 76% audytów kasjerzy byli gotowi sprzedać alkoholu „młodym audytorom”.** Konieczne było podjęcie 26 interwencji przez „dorosłego audytora” w związku z gotowością sprzedawców do sprzedaży alkoholu „młodemu audytorowi”. **W 19 sytuacjach interwencja okazała się skuteczna (73%), sprzedawca ostatecznie anulował sprzedaż alkoholu. W 7 audytach interwencja została zlekceważona przez personel sklepu (27%).**

Gotowość sprzedaży alkoholu „młodym audytorom”

Jak wynika z badań zrealizowanych w 2024 r. ponad 3/4 sprzedawców (76%) pracujących w sklepach, marketach i w lokalach gastronomicznych w Gliwicach

BYŁO GOTOWYCH SPRZEDAĆ ALKOHOL NIEPEŁNOLETNIEJ MŁODZIEŻY.

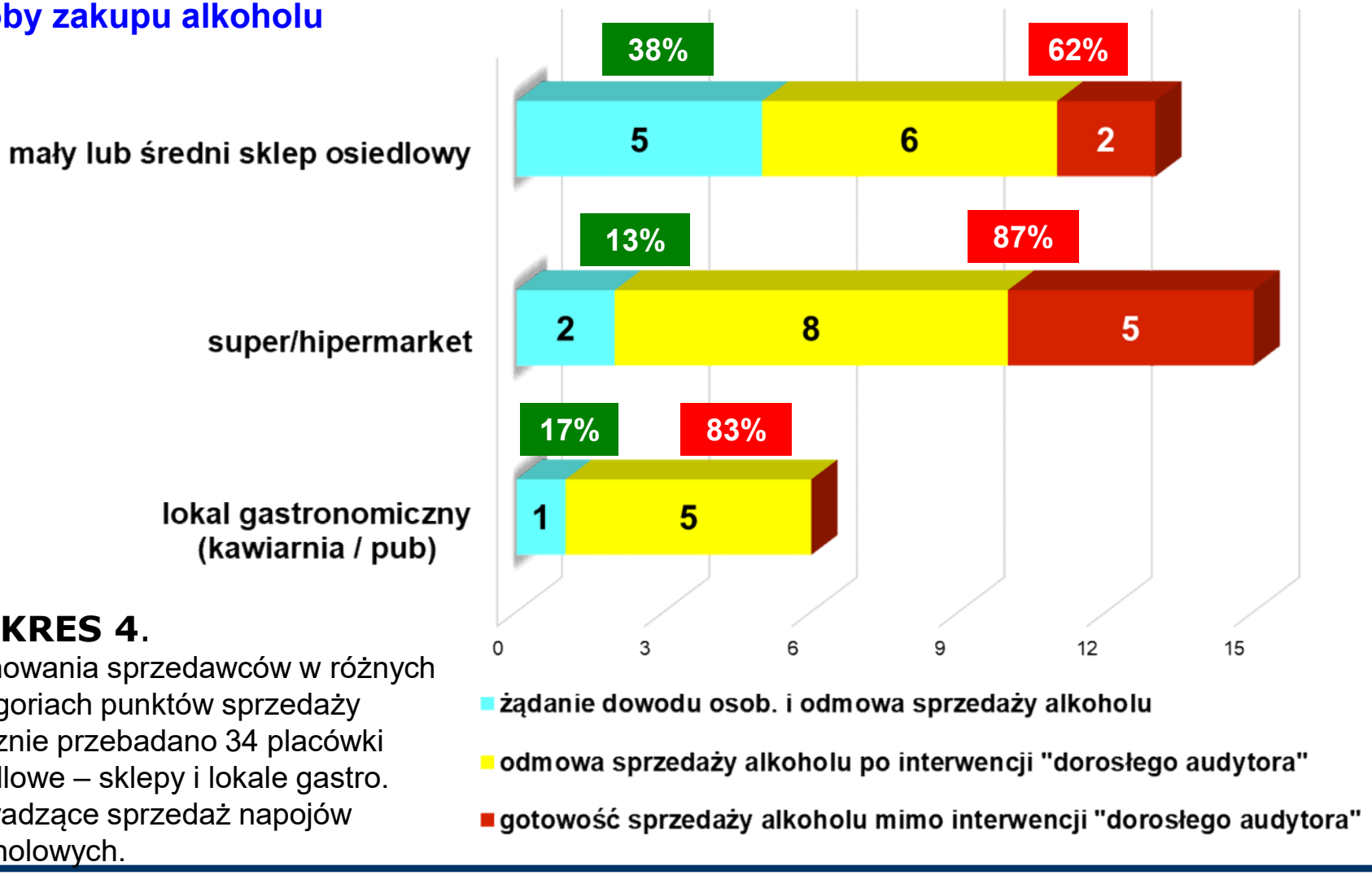
Warto zwrócić uwagę, iż wynik ten jest nieco lepszy niż w 2021 r., kiedy to w podobnym badaniu aż 83% audytów zakończyło się sprzedażą alkoholu „młodym audytorom”.

ROPSAN

Gotowość sprzedaży alkoholu „młodym audytorom”

Kategorie punktów sprzedaży

Próby zakupu alkoholu



WYKRES 4.
Zachowania sprzedawców w różnych kategoriach punktów sprzedaży
- łącznie przebadano 34 placówki handlowe – sklepy i lokale gastro. prowadzące sprzedaż napojów alkoholowych.

ROPSAN

Gotowość sprzedaży alkoholu osobom niepełnoletnim

Kategorie punktów sprzedaży - małe i średnie sklepy osiedlowe

Prawie cztery na dziesięć kasjerek pracujących **w małych lub średnich sklepach spożywczych (38%)** zażądało okazania dowodu osobistego od „młodych audytorów" i odmówiło im sprzedaży piwa w związku z brakiem tego dokumentu. **Wynik ten jest prawie 2-krotnie lepszy niż w podobnym badaniu zrealizowanym przez Stowarzyszenie RoPSAN w Gliwicach w 2021 r.,** kiedy to jedynie 21% audytów w małych sklepach zakończyło się odmową sprzedaży alkoholu.

62% sprzedawców z małych sklepów osiedlowych było gotowych sprzedać piwo „młodym audytorom" wyglądającym na osoby niepełnoletnie. Nieodpowiedzialnie zachowali się kasjerzy wszystkich objętych badaniem sklepów „Delikatesy Centrum" oraz „Lewiatan".

Warto podkreślić, iż spośród 5 audytów przeprowadzonych **w sklepach Żabka aż w trzech tj. w 60% kasjerzy od razu odmówili sprzedaży alkoholu „młodym audytorom"** (przy ul. Reymonta 13, ul. Chorzowskiej 51B oraz Poniatowskiego 1). Sieć handlowa Żabka od początku br. współpracuje ze Stowarzyszeniem RoPSAN i prowadzi intensywne działania edukacyjne i interwencyjne skierowane do franczyzobiorców i kasjerów w całej Polsce. Pozytywne efekty tych działań widać także w Gliwicach.

Odpowiedzialnie zachowali się również sprzedawcy pracujący w **Odessa Market przy ul. Piwnej 8** oraz w sklepie **„Stokrotka" przy ul. Sikornik 18**. W obu przypadkach od razu poprosili młodych audytorów o dowód osobisty i wobec jego braku stanowczo odmówili sprzedaży alkoholu.

Gotowość sprzedaży alkoholu osobom niepełnoletnim

Kategorie punktów sprzedaży - super i hipermarkety oraz stacje paliw

Zdecydowanie negatywnie należy ocenić wyniki badań w sklepach wielkopowierzchniowych (super i hipermarketach). Spośród 15 badanych marketów – jedynie w dwóch (13%) - kasjerki od razu poprosiły „młodych audytorów" o pokazanie dowodu osobistego i odmówiły sprzedaży alkoholu. **Odsetek odpowiedzialnych kasjerów w przebadanych marketach był 3-krotnie niższy niż odsetek rzetelnych sprzedawców w małych sklepach osiedlowych (13% vs. 38%).**

Słowa uznania należą się menedżerom i pracownikom supermarketów: LIDL przy ul. Andersa 60 oraz **„Biedronka"** przy ul. Żwirki i Wigury 62.

Aż 87% audytów przeprowadzonych w gliwickich marketach zakończyło się sprzedażą alkoholu „młodym audytorom". Dopiero po interwencji „dorosłego audytora" i zwróceniu uwagi sprzedawcy w większości badanych placówek kasjerki zapytały młodych klientów o dowód osobisty i wobec jego braku anulowały sprzedaż alkoholu.

Jesteśmy bardzo rozczarowani nieodpowiedzialnością kasjerów w wielu gliwickich marketach. **Aż w 6 spośród 7 objętych badaniem marketach „BIEDRONKA"** (**86%**) (przy ul. Czwartaków 13, Dworcowa 44, Kozielska 111, Chorzowska 44B, Jedności 8, Żurawia 3) **– kasjerki były gotowe sprzedać piwo „młodym audytorom".** Podobnie nieodpowiedzialnie zachowali się kasjerzy **w każdym z trzech badanych marketów „ALDI"** (Chorzowska 1, Wielicka 8, Strzody 1) oraz **w dwóch hipermarketach „Carrefour"** (Al. Nowaka-Jeziorańskiego 1 i Lipowa 1), a także w markecie **„Netto"** (Kochanowskiego 36) i **E.Leclerc** (Rybnicka 148).

Sprzedaż alkoholu osobom niepełnoletnim

Kategorie punktów sprzedaży - super i hipermarkety

Mimo wewnętrznych procedur oraz szkoleń pracowników – jak pokazują przeprowadzone badania **– w większości gliwickich marketów niepełnoletnia młodzież bardzo łatwo może kupić alkohol**. W tej sytuacji konieczne wydaje się wprowadzenie nowych rozwiązań prawno-organizacyjnych zachęcających managerów marketów do zorganizowania warsztatów szkoleniowych trenujących kompetencje kasjerów w zakresie żądania dokumentów i odmawiania sprzedaży alkoholu młodo wyglądającym klientom. **Proponujemy również, aby podczas spotkań z managerami ww. marketów zaproponowano im rozważenie możliwości wprowadzenia „wewnętrznych regulacji" w postaci specjalnych oświadczeń podpisywanych przez pracowników sklepów (kasjerów), w których zobowiązywaliby się oni do każdorazowej kontroli dokumentu potwierdzających wiek klienta, jeśli kupuje on alkohol lub papierosy – a jego wygląd wskazuje, iż może mieć mniej niż 25 lat.**

Naruszenie tego zobowiązania niosłoby za sobą określone **konsekwencje dyscyplinarno-finansowe** np. upomnienie, naganę, pozbawienie części premii lub dodatkowych gratyfikacji (np. bonów towarowych), a w przypadku wielokrotnego naruszenia wspomnianego zobowiązania i nieskuteczności innych zastosowanych konsekwencji Pracodawca mógłby w ostateczności dyscyplinarnie zwolnić z pracy nieodpowiedzialnego kasjera. **Takie działania wpisują się w sferę *społecznej odpowiedzialności biznesu* (CSR) i powinny zostać wpisane do regulaminu pracy, który podpisuje każdy z pracowników sklepu**.

Sprzedaż alkoholu osobom niepełnoletnim

Kategorie punktów sprzedaży – stacje paliw

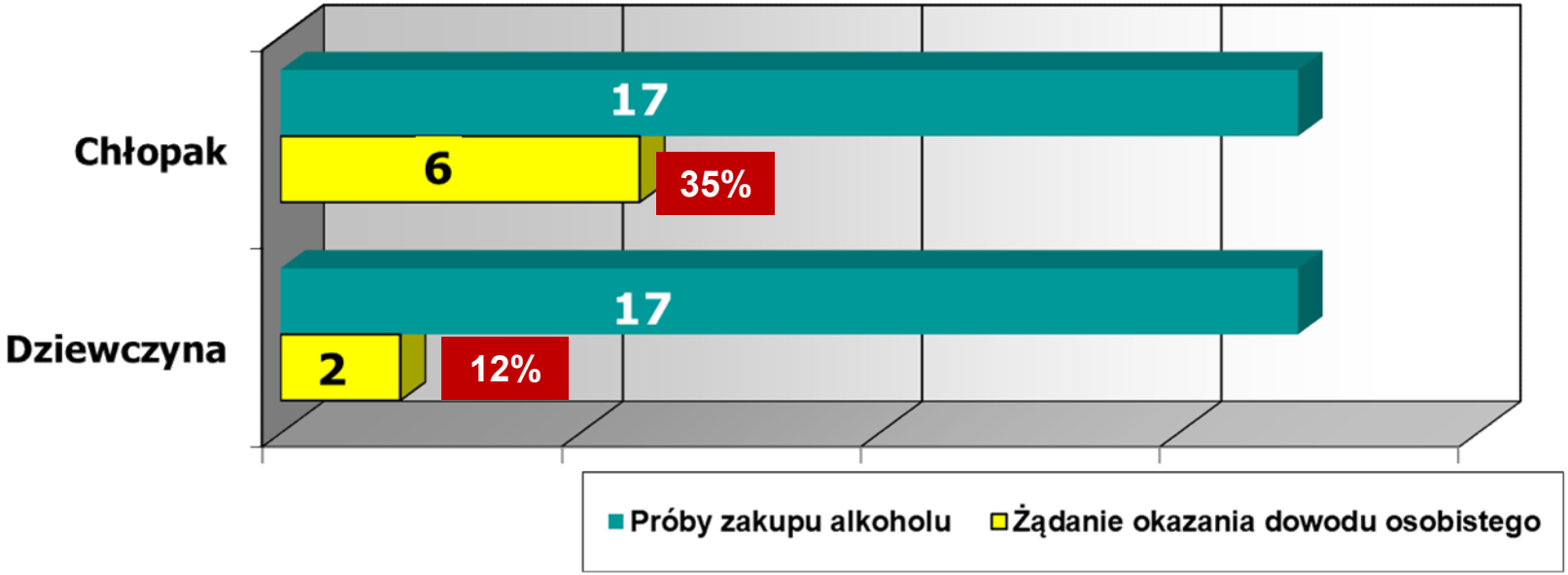
Bardzo krytycznie należy ocenić wyniki badań w gliwickich lokalach gastronomicznych (pubach, klubach, kawiarniach). Spośród sześciu objętych badaniem lokali tylko w jednym tj. w pubie „**Stary Kufel**" przy ul. Średniej 1 kelner zapytał „młodego audytora" o dowód osobisty i odmówił podania piwa w związku z brakiem dokumentu, który potwierdzałby jego pełnoletność.

W pięciu pozostałych audytach przeprowadzonych w gliwickich lokalach gastronomicznych kelnerki/kelnerzy zachowali się nieodpowiedzialnie i bez sprawdzenia dowodu osobistego **sprzedali alkohol „młodym audytorom" (83%).** Początkowo w każdej interwencji podjętej przez „dorosłego audytora" kelnerki/kelnerzy kłamali, że „młody audytor" to stały klient, któremu/której już wcześniej sprawdzali dokumenty i wiedzą, że jest to osoba dorosła. Dopiero, gdy „dorosły audytor" wprost stwierdzał, że ma co do tego poważne wątpliwości, ponieważ „jeszcze niedawno był to uczeń/uczennica w jego szkole" - kelnerki (barmani) podchodzili do stolika, przy którym siedział „młody audytor/-ka" i prosili o okazanie dowodu osobistego, a wobec jego braku zabierali podane wcześniej piwo i zwracali pieniądze za jego zakup.

W jednym z badanych klubów kelnerka po interwencji zabrała piwo i poprosiła audytorkę do bufetu, gdzie po cichu zaproponowała jej, że przeleje to piwo do papierowego kubka - wtedy „ten nauczyciel" się nie zorientuje. Kiedy audytorka odrzuciła taką ofertę kelnerka zwróciła jej pieniądze za zakupione wcześniej piwo.

Żądania okazania dowodu osobistego

Płeć „młodego audytora”

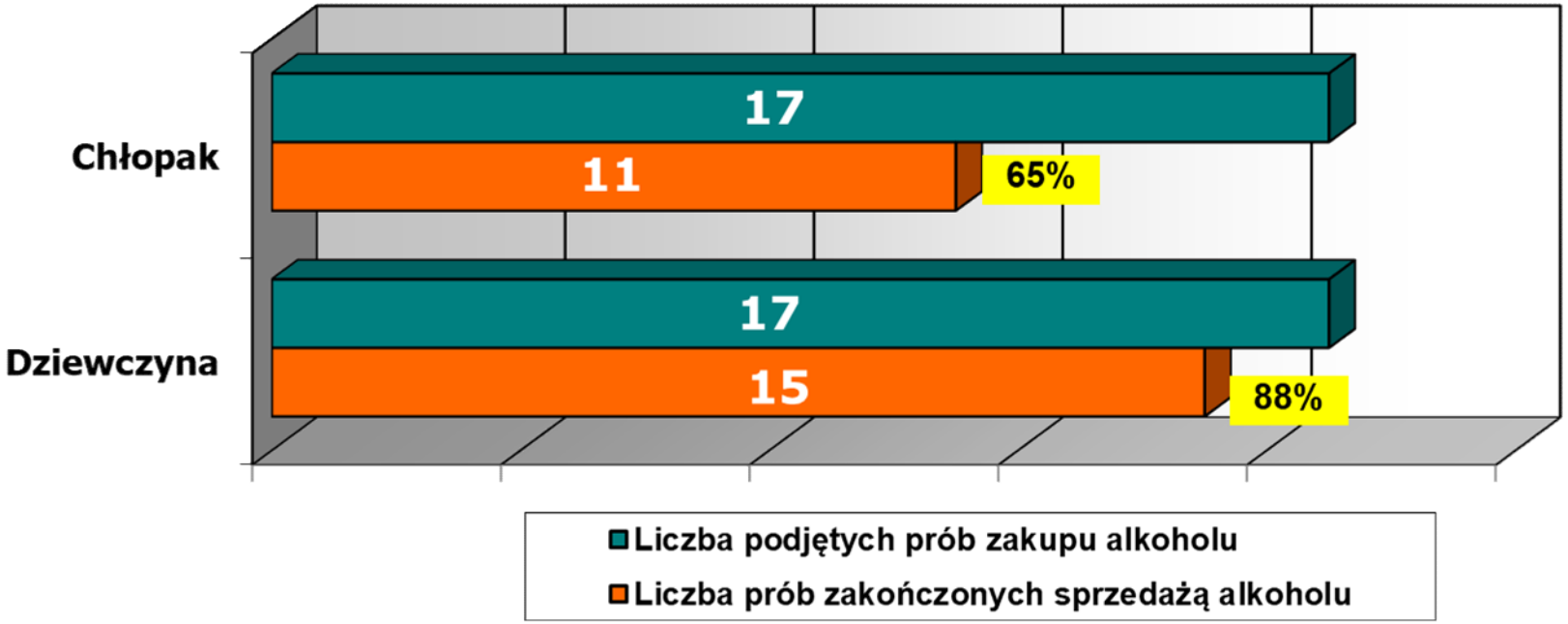


WYKRES 5.

Tylko co trzecia próba zakupu piwa (35%) dokonana w wylosowanych sklepach i lokalach przez „młodego audytora” - chłopaka i jedynie co ósma przeprowadzona przez „młodą audytorkę” - dziewczynę (12%) **zakończyły się prośbą sprzedawcy o okazanie dowodu osobistego**. **Płeć „młodych audytorów” miała istotny wpływu na zachowania sprzedawców w badanych sklepach i lokalach gastronomicznych**. Sprzedawcy rzadziej pytali o dowód osobisty „młodą dziewczynę w długim płaszczu” niż chłopaka w bluzie. W jednym przypadku kasjerka nie zapytała „młodej audytorki” o dowód osobisty, a jedynie: „Czy jest 18 lat?” i po twierdzącej odpowiedzi - była gotowa sprzedać jej alkohol.

Zakup alkoholu w sklepach

Płeć „młodego audytora”

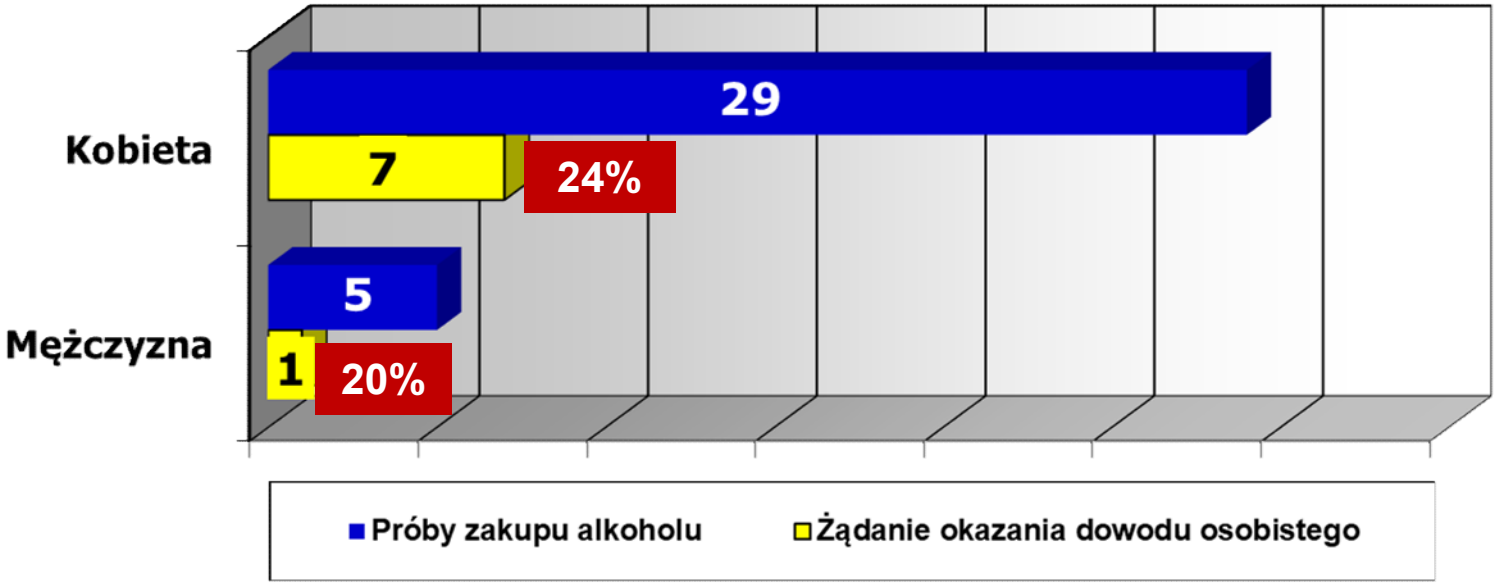


WYKRES 6.

Prawie 2/3 audytów (65%) podjętych w gliwickich sklepach i lokalach gastronomicznych przez **„młodego audytora”** (chłopaka) **zakończyło się gotowością sprzedaży alkoholu**. Zdecydowanie gorszy wynik odnotowano w przypadku audytów zrealizowanych przez **„młodą audytorkę”** (dziewczynę). **Aż w 88% prób zakupu alkoholu podjętych z jej udziałem sprzedawcy byli gotowi sprzedać jej alkohol.**

Żądania okazania dowodu osobistego

Płeć sprzedawcy



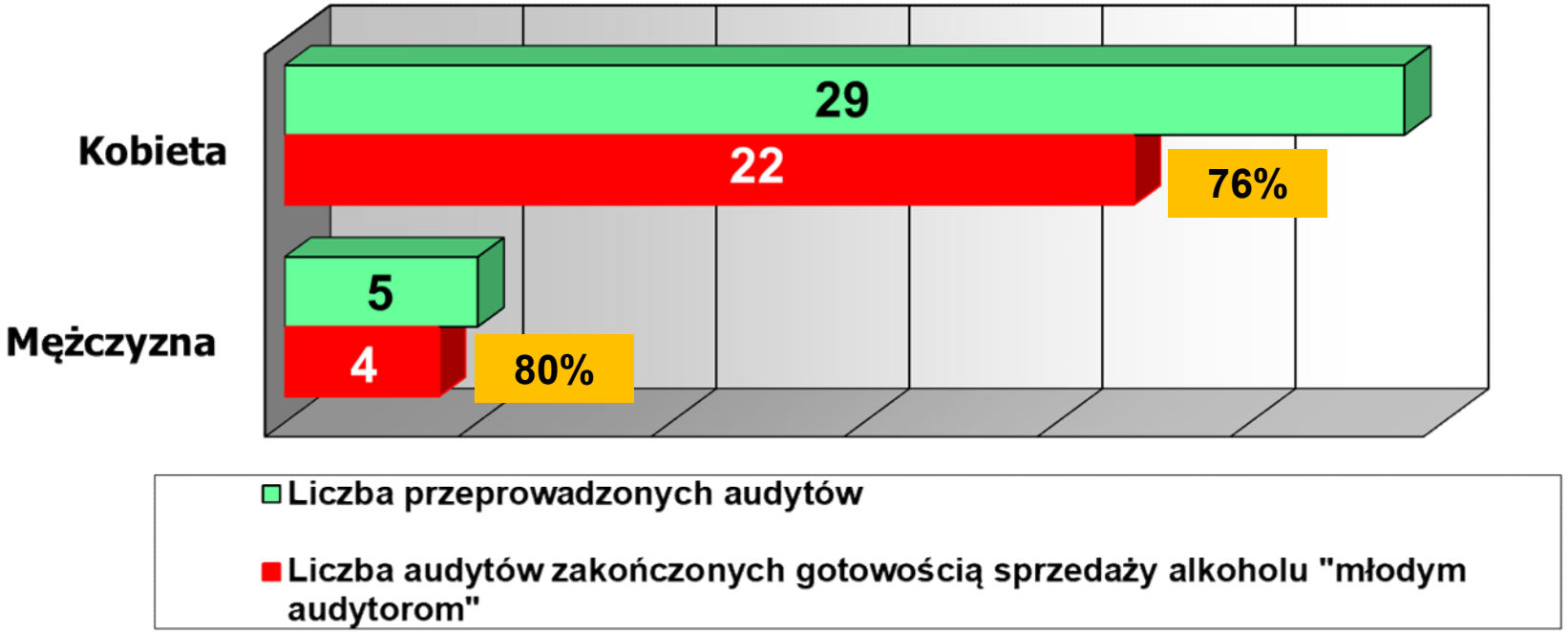
WYKRES 7.

W 85% audytów przeprowadzonych w gliwickich sklepach i lokalach gastronomicznych „młodzi audytorzy" spotkali się ze sprzedawczynią kobietą. Jedynie w co siódmej próbie zakupu alkoholu przez „młodych audytorów" sprzedawcą był mężczyzna (15%).

Średnio co czwarta z kobiet pracujących w sklepach i lokalach gastronomicznych poprosiła „młodych audytorów" o okazanie dowodu osobistego lub **innego dokumentu potwierdzającego pełnoletność**. **W grupie mężczyzn tylko jeden sprzedawca – spośród pięciu uczestniczących w badaniu - zapytał „młodego audytora" o dowód osobisty (20%).**

Gotowość sprzedaży alkoholu „młodym audytorom”

Płeć sprzedawcy



WYKRES 8.

Ponad ¾ kasjerek/kelnerek, które pracowały w objętych badaniem sklepach i lokalach gastronomicznych - było gotowych sprzedać alkohol „młodym audytorom” bez sprawdzenia dowodu osobistego (76%). W grupie sprzedawców mężczyzn odsetek ten był nieznacznie wyższy i wynosił 80%.

Gotowość sprzedaży alkoholu „młodym audytorom”

Wiek sprzedawców

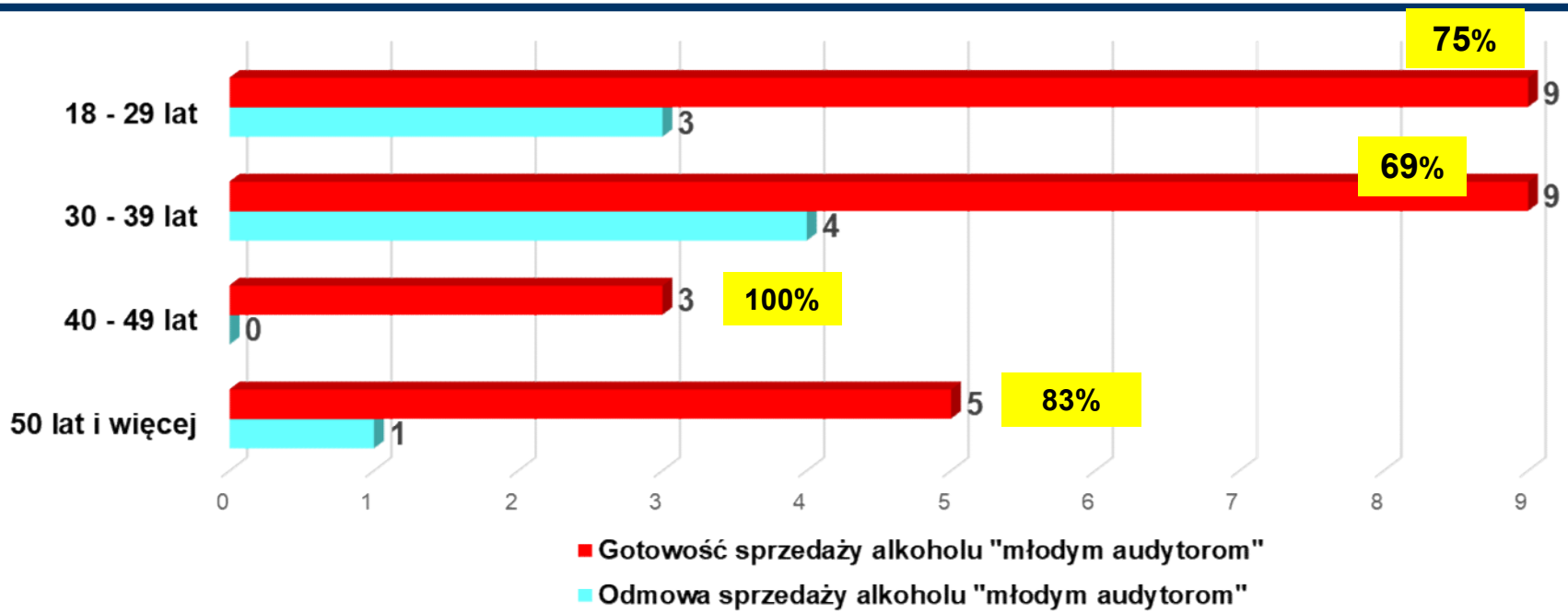


TABELA 9.

Wiek sprzedawców miał niewielki wpływ na ich zachowania wobec „młodych audytorów”, którzy chcieli kupić alkohol. Najbardziej „nieodpowiedzialna” okazała się frakcja sprzedawców w wieku 40-49 lat. Wszyscy badani w tej grupie kasjerzy byli gotowi sprzedać alkohol „młodym audytorom” (100%). W najmłodszej grupie sprzedawców (18-20 lat) w podobny sposób zachowało się ¾ kasjerów (75%), a wśród 30-latków prawie 70%. W grupie najstarszych kasjerów – 50 lat i więcej – ośmiu na dziesięciu sprzedawców było gotowych sprzedać alkohol „młodym audytorom” bez sprawdzenia dokumentu potwierdzającego pełnoletność (83%).

Gotowość sprzedaży alkoholu „młodym audytorom”

Pora realizacji badania

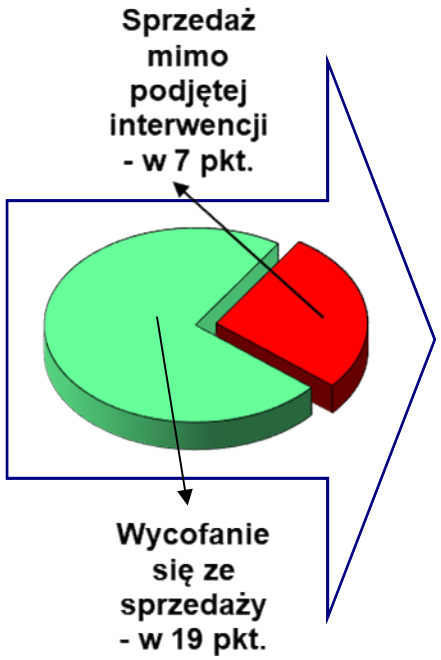
WYKRES 10.

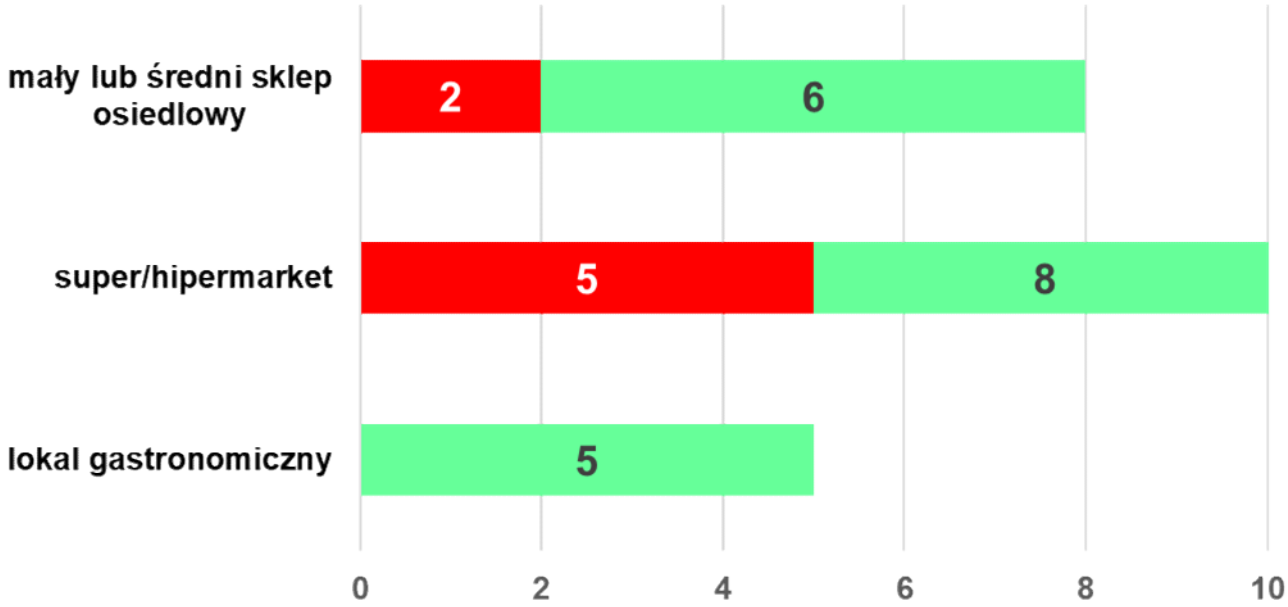
Pora realizacji badania nie miała istotnego wpływ na gotowość sprzedaży alkoholu „młodym audytorom” uczestniczącym w badaniu, z jednym ważnym zastrzeżeniem. Co trzeci z audytów przeprowadzonych przed południem (do godz. 12.00) oraz taki sam odsetek audytów zrealizowanych po godz. 20.00 **zakończył się odmową sprzedaży alkoholu „młodym audytorom” (33%).** Sytuacja ta ulega wyraźnej zmianie pomiędzy godziną 12.00 a 16.00, gdy w sklepach pojawia się więcej starszych klientów. Aż 92% podjętych w tym czasie prób zakupu kończy się gotowością sprzedażą alkoholu. W godzinach szczytu zakupowego tj. między 16.00 a 20.00 odsetek odmów sprzedaży alkoholu „młodym audytorom” wyraźnie wzrasta. Prawie co trzeci audyt zrealizowany w tym czasie kończy się odmową sprzedaży (31%).

Sprzedaż alkoholu osobom niepełnoletnim

Kategorie punktów sprzedaży

Ogółem podjęto 26 interwencji – 73% było skutecznych





WYKRES. 11
Sprzedaż alkoholu w różnych kategoriach punktów sprzedaży - łącznie przeprowadzono 26 interwencji wobec sprzedawców, którzy byli gotowi sprzedać alkohol „młodym audytorom”.

Gotowość sprzedaż alkoholu osobom niepełnoletnim

Na 34 zrealizowane podczas badania audyty (prób zakupu alkoholu) **„dorosły audytor" zmuszony był przeprowadzić łącznie 26 interwencji wobec sprzedawców i kelnerek/barmanów gotowych sprzedać alkohol „młodym audytorom" - wyglądającym na osoby niepełnoletnie.**

73% spośród tych interwencji zakończyło się sukcesem – sprzedawca anulował dokonaną wcześniej sprzedaż piwa, a w przypadku lokali gastronomicznych zabrał podany alkohol i zwrócił pieniądze „młodemu audytorowi"**. Wysoki odsetek skutecznych interwencji wyraźnie wskazuje, iż w większość sprzedawców zdaje sobie sprawę z poważnych konsekwencji, jakie są związane z nieodpowiedzialną sprzedażą alkoholu osobom niepełnoletnim.**

W 7 przypadkach kasjerki zlekceważyły interwencję „dorosłego audytora" kłamiąc, iż znają „młodych audytorów" i wiedzą, że są już pełnoletni. Audytorzy uczestniczący w badaniu nie znali żadnego ze sprzedawców i nigdy wcześniej nie byli przez nich legitymowani. Wobec zlekceważenia interwencji „dorosłego audytora" przez sprzedawcę, „młody audytor" sam musiał rezygnować z zakupu alkoholu mówiąc, że zostawił w domu portfel z pieniędzmi i ma przy sobie tylko kilka zł.

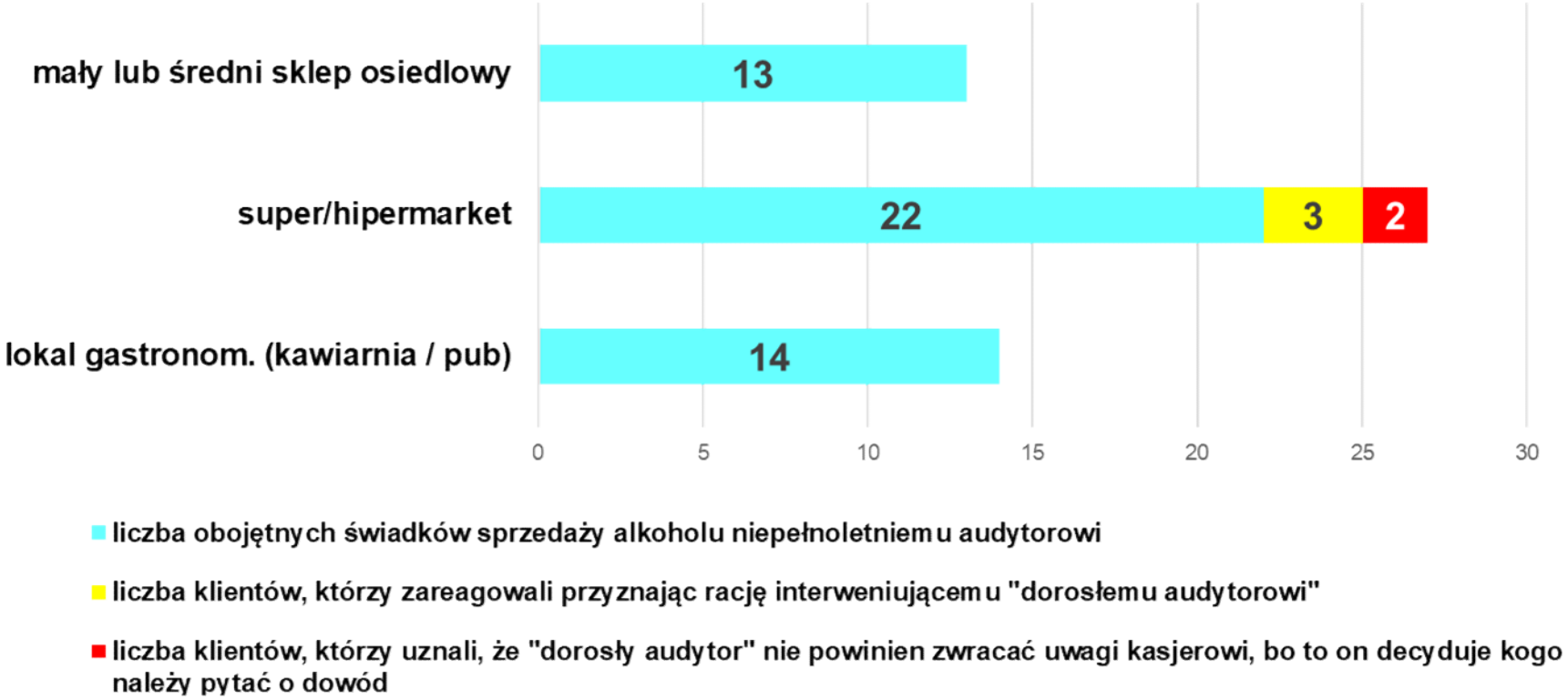
Odnotowany w badaniu wysoki odsetek skutecznych interwencji jednoznacznie wskazuje, że warto interweniować !!!

Świadkowie interwencji „dorosłego audytora”

Liczba świadków w różnych kategoriach punktów sprzedaży

WYKRES 12.

Reakcja świadków interwencji „dorosłego audytora” wobec sprzedawców, którzy bez sprawdzenia dowodu osobistego byli gotowi sprzedać alkohol osobom wyglądającym na niepełnoletnie. (Liczba świadków interwencji N=54)



Reakcje świadków sprzedaży

Świadkami sytuacji, w których sprzedawcy byli gotowi sprzedać piwo „młodym audytorom" były łącznie 54 osoby. W małych i średnich sklepach spożywczych świadkami było 13 osób, w super i hipermarketach 27 osób a w lokalach gastronomicznych 14 osób.

Dwóch klientów w marketach – po anulowaniu sprzedaży alkoholu na skutek interwencji „dorosłego audytora" **– stwierdziło, że oni „są dorośli i chcą kupić te odłożone piwa dla tej młodej pani".** Audytorka powiedziała, że nie chce mieć problemów w szkole (dorosły audytor podczas podejmowanych interwencji twierdził, że kojarzy byłego ucznia/uczennicę, ponieważ kiedyś był ich nauczycielem) i uprzejmie ale stanowczo podziękowała za ofertę zakupu piwa przez klienta.

Trzech innych świadków interwencji przyznało rację „dorosłemu audytorowi" mówiąc, iż faktycznie bez sprawdzenia dowodu osobistego trudno jest „na oko" ocenić wiek młodego klienta, dlatego należy sprawdzić jego dowód.

ODPOWIEDZIALNE SKLEPY, MARKETY i LOKALE GASTRONOMICZNE W GLIWICACH

Odpowiedzialne sklepy, markety i jedyny lokal gastronomiczny

Wyróżnione specjalnym Podziękowaniem Ogólnopolskiego Stowarzyszenia „RoPSAN”

Sklepy, markety i lokale gastronomiczne, w których kasjerzy zachowali się odpowiedzialnie i z własnej inicjatywy odmówili sprzedaży alkoholu „młodym audytorom”:

1. Sklep „Odessa Market”	ul. Piwna 8
2. Sklep „Żabka”	ul. Reymonta 13
3. Sklep „Żabka”	ul. Chorzowska 51 B
4. Sklep „Żabka”	ul. Poniatowskiego 1
5. Sklep „Stokrotka”	ul. Sikornik 18
6. Supermarket „Biedronka”	ul. Żwirki i Wigury 62
7. Supermarket „LIDL”	ul. gen. Andersa 60
8. Pub „Stary Kufel”	ul. Średnia 1