

Utworzę relację z audytu

PREZYDENT MIASTA TYCHY  
17.11.24

URZĄD MIASTA TYCHY  
Wydział Rozwoju Aktywności Obywatelskiej  
Wpt. 2024 -11- 12  
L. dz. 2024.83/MO.2024  
Podpis

UPROSZCZONA OFERTA REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO

POUCZENIE co do sposobu wypełniania oferty:

Ofertę należy wypełnić wyłącznie w białych pustych polach, zgodnie z instrukcjami umieszczonymi przy poszczególnych polach oraz w przypisach.

Zaznaczenie gwiazdką, np.: „pobieranie\*/niepobieranie\*” oznacza, że należy skreślić niewłaściwą odpowiedź, pozostawiając prawidłową. Przykład: „pobieranie\*/niepobieranie\*”.

I. Podstawowe informacje o złożonej ofercie

1. Organ administracji publicznej, do którego jest adresowana oferta	Prezydent Miasta Gorzowa Tychy
2. Rodzaj zadania publicznego <sup>1)</sup>	Przeciwdziałanie uzależnieniom i patologiom społecznym - działania z zakresu profilaktyki i rozwiązywania problemów alkoholowych

II. Dane oferenta(-tów)

1. Nazwa oferenta(-tów), forma prawna, numer w Krajowym Rejestrze Sądowym lub innej ewidencji, adres siedziby, strona www, adres do korespondencji, adres e-mail, numer telefonu	
Ogólnopolskie Stowarzyszenie „RoPSAN – Rodzice Przeciwko Sprzedaży Alkoholu Nieletnim”, stowarzyszenie; KRS [redacted] Warszawa Adres e-mail: [redacted] Numer telefonu: [redacted]	
2. Dane osoby upoważnionej do składania wyjaśnień dotyczących oferty (np. imię i nazwisko, numer telefonu, adres poczty elektronicznej)	[redacted]

III. Zakres rzeczowy zadania publicznego

1. Tytuł zadania publicznego	„Powstrzymać pijanego kierowcę w Tychach” – ocena dostępności alkoholu dla osób nietrzeźwych, zwłaszcza kierowców na podstawie badań „tajemniczego klienta – pijanego kierowcy” - kampania profilaktyczno-interwencyjna oraz działania edukacyjne.			
2. Termin realizacji zadania publicznego <sup>2)</sup>	Data rozpoczęcia	25.11.2024	Data zakończenia	31.12.2024
3. Syntetyczny opis zadania (wraz ze wskazaniem miejsca jego realizacji)				
Problem nietrzeźwości kierowców jest przez większość Polaków postrzegany jako jeden z istotnych problemów społecznych mających bezpośredni wpływ na poczucie naszego bezpieczeństwa. Jednym z aspektów tego problemu jest nieodpowiedzialna sprzedaż napojów alkoholowych osobom nietrzeźwym, zwłaszcza kierowcom, która stanowi poważne wyzwanie dla lokalnych samorządów. Miasta i gminy w ramach swoich kompetencji monitorują funkcjonowanie lokalnego rynku alkoholowego i podejmują działania na rzecz ograniczenia negatywnych zjawisk w tym zakresie. Proponowane przez nas zadanie stanowi istotne wsparcie dla ww. działań i ma na celu zwiększenie ich efektywności i skuteczności. W 2022 r. policja zatrzymała na polskich drogach prawie 100 tysięcy nietrzeźwych kierowców - warto podkreślić, iż <b>było to o 25% więcej niż w 2021 r.</b> Osoby nietrzeźwe generują wiele zagrożeń dla bezpieczeństwa publicznego, często są sprawcami bójek, kradzieży, napadów lub pobic. Część z nich jest również				

1) Rodzaj zadania zawiera się w zakresie zadań określonych w art. 4 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (Dz. U. z 2018 r. poz. 450, z późn. zm.).

2) Termin realizacji zadania nie może być dłuższy niż 90 dni.

ofiarami ww. przestępstw i wypadków. Nietrzeźwość jest także istotnym czynnikiem wpływającym na rozpowszechnienie przemocy domowej. Wiele osób będących pod wpływem alkoholu zachowuje się agresywnie i traci kontrolę nad swoim zachowaniem. Niestety, jak pokazują oryginalne autorskie badania „tajemniczego klienta - pijanego kierowcy” opracowane i realizowane przez Ogólnopolskie Stowarzyszenie RoPSAN w kilkudziesięciu miastach Polski, w zdecydowanej większości sklepów sprzedawcy nie przestrzegają obowiązującego prawa i sprzedają alkohol nietrzeźwym klientom. Problem nietrzeźwości wśród kierowców oraz generalnie nietrzeźwości publicznej narasta zwłaszcza w okresie świąteczno-noworocznym i wakacyjnym, a także przy okazji wielkich imprez sportowych. W tym kontekście warto podkreślić, że już za kilka tygodni czeka nas Sylwester a później czas zabaw i imprez karnawałowych. Niestety, jak pokazują policyjne statystyki właśnie w tym czasie rośnie także liczba osób nietrzeźwych zatrzymywanych na ulicach, a wśród nich także pijanych kierowców. Osoby nietrzeźwe częściej można także spotkać w sklepach prowadzących sprzedaż napojów alkoholowych. Wielu sprzedawców pracujących w tych placówkach nie zwraca uwagi na stan trzeźwości klientów i wbrew obowiązującemu prawu sprzedaje im alkohol. Przekonał się o tym podczas wielu przeprowadzonych w ostatnich latach na zlecenie samorządów lokalnych badań "tajemniczego klienta - pijanego kierowcy", które były integralną częścią realizowanych przez Stowarzyszenie RoPSAN kampanii społecznych w tym zakresie m.in. w Zabrze, Dąbrowie Górniczej, Żorach, Bielsku-Białej, Wołominie, Łodzi, Poznaniu, Bydgoszcz, Łomży oraz na warszawskiej Pradze-Południe i na warszawskim Ursynowie. Podobną kampanię realizowaliśmy również w Tychach w 2020 r. Na potrzebę realizacji takich kampanii zwracają także uwagę eksperci i naukowcy zajmujących się zdrowiem publicznym i profilaktyką ryzykownych zachowań mieszkańców, podkreślając ich realny wpływ na ograniczenie rozpowszechnienia zjawiska nieodpowiedzialnej sprzedaży alkoholu osobom nietrzeźwym i niepełnoletnim. Pisze o tym m.in. profesor Jacek Pyżalski z Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu, który podkreślił znaczenie ww. kampanii w rekomendacjach do wyników badań dot. picia alkoholu, palenia papierosów, używania narkotyków i przemocy rówieśniczej wśród tyskich nastolatków. Pozytywne opinie w tym zakresie prezentował także dr Andrzej Markowski ekspert Ogólnopolskiego Stowarzyszenia „RoPSAN”, psycholog i badacz społeczny przez wiele lat związany z Instytutem Transportu Samochodowego. Warto także podkreślić, iż realizowane przez nas kampanie stały się inspiracją do wielu działań edukacyjnych podejmowanych również przez niektóre koncerny paliwowe np. Orlen, który w ramach wewnętrznych działań monitoruje problem sprzedaży alkoholu osobom nietrzeźwym na stacjach paliw w swojej sieci, opierając się na opracowanej przez Stowarzyszenie „RoPSAN” metodologii badawczej „tajemniczy klient – pijany kierowca” oraz przygotowanych przez nas „obiektywnych kryteriach nietrzeźwości”.

**Realizując opracowane przez nas zadanie chcemy zdiagnozować rzeczywistą skalę wspomnianego zjawiska na terenie miasta Tychy oraz uruchomić skuteczne działania interwencyjne, które pozwolą ograniczyć ryzyko nieodpowiedzialnej sprzedaży alkoholu osobom nietrzeźwym, zwłaszcza kierowcom. Naszym celem jest także edukacja sprzedawców alkoholu oraz właścicieli, franczyzobiorców i managerów sklepów, którym przedstawimy wnioski z przeprowadzonych badań oraz rekomendacje dot. skutecznych metod odmawiania sprzedaży alkoholu osobom nietrzeźwym.** Warto podkreślić, iż wspomniana grupa zawodowa niechętnie korzysta ze szkoleń organizowanych przez samorządy czy organizacje pozarządowe. Większość sprzedawców i managerów podkreśla, iż doskonale zna i w pełni przestrzega przepisy prawne dot. sprzedaży alkoholu i dopiero, gdy konfrontujemy ich z wynikami badań "tajemniczego klienta", które pokazują jak naprawdę wygląda sprzedaż alkoholu w "ich" sklepie - zaczynają poważnie podchodzić do podejmowanych względem nich interwencji oraz przyjmować i wdrażać rekomendacje, które pomagają ograniczyć nieodpowiedzialne zachowania sprzedawców. Stowarzyszenie "RoPSAN" przygotowuje takie rekomendacje na podstawie naszych praktycznych doświadczeń (ponad 6 tysięcy audytów zrealizowanych w całej Polsce we współpracy z lokalnymi samorządami oraz dużymi sieciami handlowymi).

W 2020 r. realizowaliśmy na zlecenie Urzędu Miasta Tychy lokalną kampanię na rzecz niesprzedawania alkoholu nietrzeźwym kierowcom (mały grant). Integralną częścią ww. projektu były badania „tajemniczego klienta – pijanego kierowcy”, które pokazały, iż we wszystkich ośmiu objętych badaniem tyskich stacjach paliw, a także w 2/3 badanych sklepów osiedlowych i w co drugim tyskim markecie sprzedawcy byli gotowi sprzedać alkohol audytorowi „pijanemu kierowcy”. Przeprowadzone przez nas działania zostały pozytywnie ocenione przez Zleceniodawcę i spotkały się z dużym zainteresowaniem lokalnych mass-mediów. Naszym lokalnym partnerem zaangażowanym w realizację kampanii był Hufiec ZHP Ziemi Tyskiej, który aktywnie włączył się w działania interwencyjne (komendantka hufca podpisywała się na listach interwencyjnych do managerów i franczyzobiorców nierzetelnych sklepów i marketów) i promocję kampanii w środowisku harcerskim.

W ramach planowanych działań stawiamy sobie dwa podstawowe cele. **Pierwszym jest ograniczenie zjawiska sprzedaży alkoholu osobom nietrzeźwym, zwłaszcza gdy są to kierowcy i uruchomienie silnej presji społecznej na franczyzobiorców i menedżerów sklepów i marketów oraz stacji paliw w tym zakresie. Drugim równie istotnym celem ściśle związanym z naszym zadaniem jest zainicjowanie dyskusji społecznej, zwłaszcza zaadresowanej do młodzieży dotyczącej postaw i zachowań świadków wobec nietrzeźwych kierowców, a także kierowców będących pod wpływem substancji psychoaktywnych.** Podejmując działania edukacyjne dot. ograniczenia zjawiska sprzedaży alkoholu osobom nietrzeźwym chcielibyśmy skłonić do refleksji, jak największą liczbę mieszkańców miasta podkreślając, iż nie powinniśmy biernie przyglądać się osobom nietrzeźwym, które wsiadają do samochodu narażając nasze zdrowie i życie na ogromne niebezpieczeństwo. **Te dwa cele wzajemnie się dopełniają a ich wspólnym mianownikiem jest BYCIE NIEOBOJĘTNYM ŚWIADKIEM.** Celem szczegółowym jest zmiana zachowań sprzedawców polegająca na utrwaleniu nawyku odmawiania sprzedaży alkoholu osobie wyglądającej na nietrzeźwą, zwłaszcza gdy istnieje uzasadnione podejrzenie, że jest to kierowca. Ważnym celem jest także przekonanie menedżerów i właścicieli ww. sklepów, że są współodpowiedzialni za problem dostępności alkoholu dla „pijanych kierowców” i powinni w tym zakresie systematycznie monitorować zachowania swoich pracowników oraz wprowadzić wewnętrzne procedury określające, jak powinni zachowywać się sprzedawcy w tego typu sytuacjach, a także system wewnętrznych konsekwencji, jakie mogą ich spotkać za naruszenie tych procedur. Szkolenia, w których uczestniczą sprzedawcy jedynie w minimalnym stopniu poruszają kwestię "nietrzeźwego klienta", koncentrując się na bezpieczeństwie samego pracownika.

**W pierwszym etapie naszych działań planujemy przeprowadzenie badań "tajemniczego klienta - pijanego kierowcy" w 32 wybranych sklepach, zwłaszcza tych działających do późnych godzin wieczornych oraz marketach i stacjach paliw na terenie miasta Tychy.** W badaniu diagnozującym problem sprzedaży alkoholu osobom nietrzeźwym weźmie udział dwóch audytorów: „audytor – pijany kierowca” oraz „audytor – interweniujący kierowca”. Pierwsza z tych osób będzie zachowywać się jak osoba rzeczywiście nietrzeźwa – będzie się wyraźnie zataczać, bełkotać pytając ekspedientkę o godzinę i najbliższą cukiernię, gdzie „może kupić ciastka dla narzeczonej”. „Audytor pijany kierowca” będzie także „skropiony” wódką, aby wyraźnie dało się wyczuć od niego zapach alkoholu. Jego zadaniem będzie próba zakupu 4 puszek piwa (tzw. czteropaku). „Pijany kierowca” oprócz ww. czteropaku będzie kupował jeszcze „coś” – butelkę wody mineralnej, owoc, sok albo batonik. Kiedy sprzedawca zeskanuje wszystkie kupowane produkty i powie ile należy zapłacić „audytor pijany kierowca” rozpocznie poszukiwanie portfela z pieniędzmi. Przez cały czas, podczas próby zakupu alkoholu, na palcu prawej ręki „pijanego kierowcy” będą zawieszane kluczyki do samochodu. W pewnym momencie położy je również na „czteropaku” piwa, aby kasjer i inne osoby w kolejce mogli je zobaczyć. Będzie to jednoznaczna sugestia, że klient jest kierowcą i jeździ samochodem. W tym samym momencie do badania włączy się drugi z audytorów tzw. „interweniujący kierowca” i zwracając się do sprzedawcy stwierdzi, że „temu Panu nie powinno się dziś sprzedawać alkoholu, zwłaszcza że prawdopodobnie jeździ samochodem” i wskaże na kluczyki do auta, które trzyma audytor - pijany kierowca. Jeśli interwencja okaże się nieskuteczna pomiędzy obydwojema audytorami rozpocznie się krótka dyskusja. „Pijany kierowca” stwierdzi że on przecież nie prowadzi samochodu, a do domu ma tylko 2 min. Po chwili „audytor – pijany kierowca” stwierdzi: „Chyba zostawiłem portfel w domu, będę musiał się po niego wrócić”. Audytor „pijany kierowca” przeprosi kasjerkę i stwierdzi, że ma przy sobie jedynie 4 zł więc teraz weźmie jedynie ten batonik, wodę, sok ... a po piwko wróci za 15 min. Drugi z audytorów (interweniujący) po jego odejściu od kasy głośno wyrazi swoją dezaprobatę wobec zachowania sprzedawcy: „To było niezgodne z prawem i bardzo ryzykowne, jak Pani/Pan mogła/mógł sprzedawać alkohol tak nietrzeźwemu klientowi, przecież on za chwilę może wsiąść do samochodu i kogoś zabić na drodze”. Jeśli interwencja okaże się nieskuteczna „audytor interweniujący kierowca” zażąda rozmowy z kierownikiem/menedżerem sklepu, marketu, stacji paliw. Zwróci się także do innych osób stojących w kolejce do kasy i zapyta, czy w takiej sytuacji nie powinno się wezwać policji? Audytor „nietrzeźwy kierowca” faktycznie nigdzie nie kupi alkoholu, nawet jeśli sprzedawca będzie chciał mu sprzedać piwo – audytor stwierdzi, iż zapomniał portfela i ma przy sobie jedynie kilka złotych, co pozwoli mu kupić jedynie drobny produkt potwierdzający jego wizytę w danym sklepie. Otrzymany paragon zakupowy (dołączony do wypełnionej ankiety) będzie jednoznacznym dowodem, iż w danym sklepie zostało przeprowadzone badanie. Drugi z audytorów również dokona drobnego zakupu a otrzymany paragon dołączy do ankiety.

**Realizacja badania zgodnie z przedstawioną powyżej charakterystyką metodologiczną jest faktycznie krótkim programem profilaktyczno-interwencyjnym przeprowadzonym w każdym punkcie sprzedaży, w którym sprzedawca będzie chciał sprzedać piwo audytorowi „pijanemu kierowcy”.**

Jesteśmy przygotowani, że podczas realizacji badań „tajemniczego klienta – pijanego kierowcy” może być wezwany przez świadków tej sytuacji patrol policyjny. Tak właśnie stało się podczas kilku naszych wcześniejszych badań - w Łodzi, Tychach i Zabrze. Dlatego też obaj audytorzy uczestniczący w badaniu będą posiadali przy sobie pisemne potwierdzenie, że uczestniczą w badaniu „tajemniczego klienta” będącym częścią kampanii społecznej pn. „Powstrzymać pijanego kierowcę”, realizowanej i współfinansowanej przez Urząd Miasta. Potwierdzenie zostanie przygotowane i podpisane przez przewodniczącego Zarządu Stowarzyszenie „RoPSAN”. Po wykonaniu badań zostanie utworzony komputerowy zbiór danych a następnie zostaną przeprowadzone szczegółowe analizy i obliczenia statystyczne pokazujące różne rodzaje zachowań sprzedawców – w zależności od pory realizacji badań, płci i wieku sprzedawców, kategorii punktu sprzedaży itp. Po wykonaniu badań terenowych i przygotowaniu szczegółowego raportu opracujemy projekt listu interwencyjnego do managerów i franczyzobiorców „nieodpowiedzialnych” sklepów, w których sprzedawcy byli gotowi sprzedać alkohol audytorowi „pijanemu kierowcy”. Po konsultacjach i uzgodnieniu treści listu z Wydziałem Rozwoju Aktywności Obywatelskiej wyślemy go do managerów ww. sklepów

Przygotujemy również listy gratulacyjne dla managerów i franczyzobiorców tych sklepów, marketów i stacji paliw, w których sprzedawcy zachowali się odpowiedzialnie i z własnej inicjatywy i bez jakiegokolwiek interwencji odmówili sprzedaży alkoholu audytorowi „nietrzeźwemu kierowcy”. Sklepy te otrzymają także specjalne „Podziękowanie” w formie dyplomu. Dodatkowo wyślemy także listy interwencyjne do Centrali sieci handlowych i koncernów paliwowych, do których należą „nieodpowiedzialne” sklepy, markety i stacje paliw i poprosimy o pilne przeprowadzenie wewnętrznych szkoleń pracowników dot. umiejętności weryfikacji osób nietrzeźwych lub będących pod wpływem substancji psychoaktywnych oraz odmawiania sprzedaży alkoholu takim osobom.

Po zakończeniu badań „tajemniczego klienta – pijanego kierowcy” przygotujemy także specjalny komunikat na stronie internetowej Urzędu Miasta będący podsumowaniem najważniejszych wyników badań oraz działań edukacyjnych i interwencyjnych, jakie zostały podjęte w ramach przeprowadzonej kampanii. **Prezentowane zadanie w całości będzie realizowane na terenie miasta Tychy.**

Część prac związanych z przygotowaniem badań „tajemniczego klienta” (losowanie próby, szkolenie audytorów) oraz konsultacja narzędzi badawczych i druk ankiet) zostanie wykonana w ramach pracy własnej (wolontariatu) członków Stowarzyszenia „RoPSAN” (wkład osobowy).

#### 4. Opis zakładanych rezultatów realizacji zadania publicznego

Nazwa rezultatu	Planowany poziom osiągnięcia rezultatów (wartość docelowa)	Sposób monitorowania rezultatów / źródło informacji o osiągnięciu wskaźnika
Przeprowadzenie badań „tajemniczego klienta – pijanego kierowcy” diagnozujących rozpowszechnienie zjawiska sprzedaży alkoholu osobom nietrzeźwym, zwłaszcza kierowcom w Tychach.	W ramach realizacji zadania w 32 wybranych punktach sprzedaży napojów alkoholowych (małych sklepach, marketach i na stacjach paliw) przeprowadzimy oryginalne autorskie badanie „tajemniczego klienta – pijanego kierowcy”;	Liczba ankiet wraz z paragonami zakupowymi z danych sklepów (potwierdzającymi realizację audytów przez dwóch audytorów) w 32 losowo wybranych punktach sprzedaży alkoholu;
Podjęcie działań interwencyjnych i edukacyjnych wobec managerów i franczyzobiorców placówek handlowych, w których sprzedawcy byli gotowi sprzedać alkohol audytorowi „nietrzeźwemu kierowcy”;	Przewidujemy, iż co najmniej 50% audytów zrealizowanych w sklepach zakończy się podjęciem interwencji przez audytora „trzeźwego kierowcę” – co oznacza, że wyślemy ok. 15-20 listów interwencyjnych do managerów, franczyzobiorców i właścicieli „nieodpowiedzialnych” placówek handlowych rekomendując ich managerom przeprowadzenie wewnętrznych szkoleń dla pracowników w oparciu o materiały opracowane przez Stowarzyszenie „RoPSAN”;	Liczba listów interwencyjnych wysłanych do menedżerów, franczyzobiorców i właścicieli "nieodpowiedzialnych" sklepów, marketów i stacji paliw oraz do Zarządów koncernów paliwowych i sieci handlowych, do których należą wspomniane placówki handlowe;  Odsetek skutecznych interwencji podjętych podczas badań „tajemniczego klienta” przez audytora „trzeźwego kierowcę”

<p>Promocja i wsparcie odpowiedzialnych sklepów, marketów i stacji paliw, w których sprzedawcy z własnej inicjatywy odmówili sprzedaży alkoholu audytorowi „nietrzeźwemu kierowcy”;</p>	<p>Przewidujemy, iż co najmniej 20% audytów zrealizowanych w sklepach zakończy się odmową sprzedaży alkoholu audytorowi „trzeźwemu kierowcy” – co oznacza, że wyślemy ok. 6-10 listów gratulacyjnych oraz specjalnie przygotowanych „Podziękowań” w formie dyplomu dla managerów i franczyzobiorców rzetelnych sklepów, marketów i stacji paliw;</p>	<p>uczestniczącego w badaniu, których rezultatem będzie anulowanie sprzedaży alkoholu audytorowi „pijanemu kierowcy”;</p> <p>Liczba sprzedawców/kasjerów obecnych w sklepach podczas badań „tajemniczego klienta” oraz liczba świadków interwencji podejmowanych przez audytora „trzeźwego kierowcę” – na podstawie ankiet z przeprowadzonych badań.</p> <p>Liczba „Podziękowań” wysłanych do managerów i franczyzobiorców „odpowiedzialnych” sklepów, marketów i stacji paliw;</p>
---	--	---

**5. Krótka charakterystyka Oferenta, jego doświadczenia w realizacji działań planowanych w ofercie oraz zasobów, które będą wykorzystane w realizacji zadania**

Ogólnopolskie Stowarzyszenie "RoPSAN - Rodzice Przeciwko Sprzedaży Alkoholu Nieletnim" od 15 lat realizuje w całym kraju lokalne kampanie społeczne na rzecz odpowiedzialnej sprzedaży alkoholu współpracując w tym zakresie z lokalnymi samorządami i organizacjami pozarządowymi – radami seniorów, młodzieżowymi radami miast, stowarzyszeniami abstynenckimi itp. Zawsze nasze działania odnoszą się do konkretnych problemów zdiagnozowanych podczas badań "tajemniczego klienta", które stanowią integralną część każdej z ww. kampanii. Naszym celem nie jest działanie przeciwko sprzedawcom lub przedsiębiorcom handlującym alkoholem. Podejmując działania edukacyjne (rekomendując konkretne zasady, jakie mogłyby wprowadzić w swojej firmie - sklepie) i interwencyjne (zwracając uwagę na konkretne, nieodpowiedzialne zachowania pracowników gotowych sprzedać alkohol młodzieży) staramy się zaprosić ich do lokalnej koalicji na rzecz odpowiedzialnej sprzedaży alkoholu.

W latach 2008-2023 Ogólnopolskie Stowarzyszenie "RoPSAN" zrealizowało prawie 40 lokalnych kampanii na rzecz odpowiedzialnej sprzedaży alkoholu w różnych miastach Polski. Wiele spośród tych działań prowadziliśmy także w różnych dzielnicach Warszawy (Ursynów, Praga-Południe, Praga-Północ, Mokotów, Wola, Żoliborz).

Należy podkreślić, iż Stowarzyszenie "RoPSAN" jest pomysłodawcą i jedynym w Polsce realizatorem badań "tajemniczy klient - pijany kierowca", którego oryginalną metodologię samodzielnie opracowało i udoskonaliło podczas kolejnych realizacji tego badania w różnych miastach na terenie kraju (Poznań, Warszawa, Łódź, Tychy, Zabrze, Dąbrowa Górnicza, Łomża, Częstochowa, Bielsko-Biała, Gliwice, Żory, Gorzów Wlkp.). Byliśmy również głównym partnerem podobnego projektu prowadzonego przez Pracownię Badawczo-Psychologiczną MIRABO na terenie miasta Bydgoszczy, odpowiadając za realizację badań terenowych oraz kontakty z Bydgoską Radą Seniorów i bydgoskimi szkołami. Przeprowadzone w 2016 r. największe z dotychczasowych badań (750 audytów) diagnozujących dostępność alkoholu dla niepełnoletniej młodzieży (Stowarzyszenie "RoPSAN" było współrealizatorem tego przedsięwzięcia) obejmujący badania "tajemniczego klienta" we wszystkich ursynowskich sklepach i lokalach gastronomicznych pokazało istotną, pozytywną zmianę jaka dokonana się w tym obszarze w ostatnich latach. W roku 2015 Stowarzyszenie „RoPSAN” zrealizowało także dwa badania diagnozujące rozpowszechnienie używania alkoholu i narkotyków przez młodzież – w Siedlcach (na próbie badawczej 70 klas) oraz w Szczecinku na próbie 40 klas. Przeprowadziło również ogólnopolski projekt badawczy dot. odpowiedzialnej sprzedaży alkoholu, oparty na metodzie „tajemniczego klienta” na zlecenie Jeronimo Martins Polska (właściciela sieci dyskontów „Biedronka”). W latach 2015 - 2023 dwanaście projektów Stowarzyszenia RoPSAN otrzymało dotację w ramach konkursów ofert dla organizacji pozarządowych w Zabrzu, Częstochowie, Ostrowie Wlkp., Chełmie, Łomży, Wołominie oraz w warszawskich dzielnicach Ursynów i Praga-Południe. W latach 2014 – 2023 oferty Stowarzyszenie RoPSAN wygrywały konkursy dla NGO w sprawie realizacji cyklu badań ilościowych i jakościowych diagnozujących wzory konsumpcji alkoholu i narkotyków wśród dorosłej populacji mieszkańców Poznania, Łodzi i Bielska-Białej oraz warszawskiej Pragi-Południe. W latach 2007-2023 r. Stowarzyszenie

„RoPSAN” zrealizowało ponad 40 projektów badawczych diagnozujących rzeczywiste rozmiary zjawiska sprzedaży alkoholu osobom niepełnoletnim – na zlecenie administracji publicznej (samorządów miast i/lub gmin): Katowice, Tychy, Świdnica, Zgorzelec, Bogatynia, Powiat Zgorzelecki, Leszno, Wołomin, Siedlce, Elbląg, Żywiec, Pisz, Głogów, Łomża, Piaseczno, Nowy Dwór Mazowiecki, Zabrze, Gliwice, Rybnik, Dąbrowa Górnicza, Sosnowiec, Częstochowa, Zielona Góra, Gorzów Wlkp. oraz w warszawskich dzielnic Mokotów, Wola i Praga Północ, Ursynów i Praga-Południe. We współpracy z Pracownią Badawczo-Psychologiczną „MIRABO” uczestniczyliśmy także w projektach przeprowadzonych w Warszawie, Zabrzu, Kędzierzynie – Koźlu, Tychach, Wołominie, Ciechanowie oraz w warszawskich dzielnicach Ursynów i Żoliborz. W ciągu 15 lat działalności Stowarzyszenia „RoPSAN” zrealizowaliśmy kilkadziesiąt lokalnych kampanii profilaktyczno-edukacyjnych w różnych miastach na terenie całej Polski. Łącznie przeprowadziliśmy ponad 5000 audytów w sklepach i lokalach gastronomicznych wylosowanych do badań „tajemniczego klienta”. Nasi „dorosli audytorzy” podjęli ponad 4500 interwencji wobec sprzedawców, którzy chcieli sprzedać alkohol „młodo wyglądającym klientom”. Ponad 3/4 tych interwencji (75-90%) zakończyło się sukcesem, sprzedawcy wycofali się ze sprzedaży piwa i anulowali dokonaną wcześniej transakcję. Wszystkie umowy dotacyjne podpisane ze Stowarzyszeniem „RoPSAN” w ciągu ostatniej dekady przez miasta: Tychy, Radom, Warszawa, Piaseczno, Nowy Dwór Mazowiecki, Łomża, Lublin, Poznań, Łódź, Zgorzelec, Leszno, Zielona Góra, Gorzów Wlkp. Rybnik, Gliwice, Częstochowa, Zabrze, Dąbrowa Górnicza, Bielsko-Biała, Łódź a także warszawskie Dzielnice: Praga-Południe, Ursynów, Wola i Praga-Północ m. st. Warszawy – zostały prawidłowo rozliczone.

#### Zasoby kadrowe:

██████████ socjolog, badacz społeczny. Absolwent wydziału socjologii Uniwersytetu Jagiellońskiego, Studium Pomocy Psychologicznej oraz Studium Wiedzy o Problemach Alkoholowych przy Instytucie Psychologii Zdrowia. W latach 1993-2005 wicedyrektor Państwowej Agencji Rozwiązywania Problemów Alkoholowych, w latach 2006-2009 dyrektor Departamentu Badań i Profilaktyki Wykluczenia Społecznego w PBS (dawna Sopocka Pracownia Badań Społecznych), następnie kierownik Działu Badań w Instytucie Psychologii Zdrowia Polskiego Towarzystwa Psychologicznego; przewodniczący ZG Stowarzyszenia „RoPSAN”. Współautor programu i wykładowca Studium Wiedzy o Problemach Alkoholowych (SWoPA) oraz Studium Rozwiązywania Lokalnych Problemów Alkoholowych „Strategia”, a także Szkoły Liderów „Strategia II”. Wykładowca w ponad 100 regionalnych i lokalnych seminariach szkoleniowych dla członków gminnych komisji rozwiązywania problemów alkoholowych, pracowników sektora pomocy społecznej, edukacji i wymiaru sprawiedliwości. Pomysłodawca i współorganizator kilkunastu ogólnopolskich konferencji wspierających rozwój regionalnych i lokalnych programów profilaktycznych (trzy z nich – w 1996 r., 2000 r. i 2001 r. – zorganizowano w Sejmie we współpracy z Komisją Zdrowia). Członek Rady Programowej do Badań nad Problemami Związanymi z Alkoholem, działającej przy Instytucie Psychiatrii i Neurologii w Warszawie. Pomysłodawca i koordynator ogólnopolskiej kampanii profilaktyczno-edukacyjnej pt. „Nie truj się” (2001), II edycji kampanii społecznej pn. „Alkohol – nieletnim dostęp wzbroniony” (2004/2005). Pomysłodawca i współautor projektu rządowego programu „Świetlica, praca i staż – socjoterapia w środowisku wiejskim. Autor kilkunastu biuletynów i ponad 100 artykułów prasowych (Remedium, Świat Problemów, Rzeczpospolita, Aida Media), ekspert wielu programów radiowych i telewizyjnych dotyczących różnych aspektów problemów alkoholowych w Polsce. Uczestnik prac legislacyjnych dotyczących ośmiu nowelizacji Ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi. Ekspert Sejmowej Komisji Zdrowia oraz Rodziny i Praw Kobiet w kilku kadencjach Sejmu RP. W 2004 r. odznaczony przez Prezydenta RP Srebrnym Krzyżem Zasługi za dotychczasowe działania w zakresie profilaktyki i rozwiązywania problemów alkoholowych. Autor i koordynator kilkunastu projektów badawczych realizowanych pod jego kierunkiem przez sopocką Pracownię Badań Społecznych PBS DGA z zakresu problematyki społecznej dot. zjawiska przemocy i agresji w szkołach, przemocy wobec osób starszych, zjawiska politoksykomanii wśród młodzieży (na zlecenie Krajowego Biura Przeciwdziałania Narkomanii), nt. używania alkoholu i narkotyków przez młodzież (ESPAD-2007, realizacja badań w 14 miastach i 8 województwach – łącznie przebadano ponad 45 tys. uczniów - było to największe w tym okresie badanie społeczne w Europie), badania dyskotekowych kierowców i młodzieży bawiącej się w dyskotekach (w woj. łódzkim) oraz nastolatków zagrożonych wykluczeniem społecznym na warszawskiej Pradze oraz – na zlecenie Urzędu Dzielnicy Mokotów - na warszawskim Mokotowie. Pomysłodawca i realizator badań jakościowych w środowisku studentów (Warszawa, woj. łódzkie). Współautor kilkunastu projektów badawczych dot. diagnozy lokalnych i regionalnych problemów społecznych związanych z używaniem alkoholu i narkotyków przez mieszkańców miast lub województw; W latach 2010 – 2013 kierownik Działu Badań Instytutu Psychologii Zdrowia Polskiego Towarzystwa Psychologicznego. Koordynator 14 badań

z zakresu ryzykownych zachowań młodzieży związanych z alkoholem i narkotykami (ESPAD-2011) realizowanych na zlecenie samorządów miast i województw oraz badań dot. funkcjonowania lokalnych zespołów interwencyjnych i gminnych komisji rozwiązywania problemów alkoholowych przeprowadzonych na zlecenie Państwowej Agencji Rozwiązywania Problemów Alkoholowych. Jako przewodniczący Ogólnopolskiego Stowarzyszenia „RoPSAN – Rodzice Przeciwko Sprzedaży Alkoholu Nieletnim” koordynował realizacją ponad 50 badań „tajemniczego klienta” oraz organizował lokalne kampanie na rzecz ograniczenia dostępności alkoholu dla niepełnoletniej młodzieży w wielu miastach na terenie całego kraju.

psycholog transportu, wykładowca akademicki. Absolwent Wydziału Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego Członkostwo w Stowarzyszeniach Zawodowych/Profesjonalnych:

- Stowarzyszenie Psychologów Transportu w Polsce – honorowy przewodniczący od 2013
- Stowarzyszenie Psychologów Transportu w Polsce – wiceprzewodniczący od 1996 do 2012
- Polskie Towarzystwo Psychologiczne – członek Zarządu Głównego w latach 1997 - 2005
- Polskie Towarzystwo Medycyny Pracy – członek
- Konfederacja Pracodawców Polskich – Związek Pracodawców Psychologii Pracy – wiceprzewodniczący od 2007

Działalność zawodowa (wybrane działania): 1. Projektowanie i organizacja badań (włącznie z przygotowaniem narzędzi badania, analizą otrzymanych wyników i opracowaniem raportów z badań) na reprezentatywnych próbach dorosłej ludności Polski dotyczących opinii publicznej (Lata 1973 –1978, Ośrodek Badania Opinii Publicznej i Studiów Programowych). 2. Współautor „Raportu o Kulturze Polskiej” (1979 – 1980, Instytut Kultury). 3. Diagnoza sprawności, postaw, opinii i zachowań ponad 35 000 kierowców polskich (1983 – 1989 Pracownia Badań Psychologicznych, 1989 - 2005 własne Centrum Badań i Usług Psychologicznych organizujące i nadzorujące pracę Poradni i Pracowni psychologicznych). Opracowanie psychologicznej analizy czynnikowej zachowania ludzi w ruchu drogowym (2000 – Stowarzyszenie Psychologów Transportu w Polsce). 4. Współautor metodyki psychologicznych badań kierowców (2002 – 2003 Instytut Transportu Samochodowego w Warszawie). 5. Współautor programu szkolenia psychologów ubiegających się o uprawnienia do badania kierowców, instruktorów, egzaminatorów etc oraz współprowadzący te szkolenia (2000 – 2005 Polskie Towarzystwo Psychologiczne). 6. Współautor programu szkolenia psychologów ubiegających się o uprawnienia do badania osób posługujących się bronią palną, oraz współprowadzący te szkolenia od roku 2000. Polskie Towarzystwo Psychologiczne: 7. Autor programu zajęć psychokorekcyjnych dla kierowców łamiących przepisy ruchu drogowego i sprawców wypadków (2004 – 2005 Stowarzyszenie Psychologów Transportu w Polsce) i pilotujący na terenie Polski wprowadzanie tych zajęć. 8. Współautor programu zajęć reedukacyjnych dla kierowców zatrzymanych za prowadzenie pojazdów samochodowych pod wpływem alkoholu (2003 – Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych) i pilotujący na terenie Polski wprowadzanie tych zajęć. 9. Wykładowca na studiach podyplomowych dla psychologów badających kierowców (Uniwersytet Jagielloński od 2004 roku, Uniwersytet Warszawski od 2007 roku, Uniwersytet Opolski od 2008 roku) 10. Współautor programu szkolenia instruktorów nauki jazdy, w ramach programu „Społeczna misja nauczyciela jazdy”, oraz współprowadzący te szkolenia. 11. Współautor e-learningowego programu szkolenia instruktorów nauki jazdy, w ramach programu „Wzrost kompetencji kadry ośrodków szkolenia kierowców”, oraz współprowadzący te szkolenia. 13. Współautor i ekspert w programach dotyczących problemów: - kierowcy a alkohol - kierowcy a prędkość - kierowcy a piesi Inicjowanych, organizowanych i przeprowadzanych w latach 2000 – 2015 przez Krajową Radę Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego, PZU, Inspekcję Transportu Drogowego, Komendę Główną Policji i inne instytucje. Historia zatrudnienia: • Do chwili obecnej od 1989 r. właściciel Centrum Badań i Usług Psychologicznych z pracowniami i poradniami psychologicznymi w Brwinowie, Skierniewicach, Błoniu i Warszawie – organizacja i przeprowadzanie badań psychologicznych różnych grup zawodowych i społecznych.

psycholog, certyfikowany psychoterapeuta (absolwentka Profesjonalnej Szkoły Psychoterapii MABOR pod kier. Prof. Namysłowskiej) historyk filozofii, dziennikarz. Absolwentka Uniwersytetu Jagiellońskiego oraz Uniwersytetu SWPS w Warszawie, Międzynarodowego Studium Bankowości EDE, Studium Pomocy Psychologicznej i Studium Wiedzy o Problemach Alkoholowych przy Instytucie Psychologii Zdrowia oraz Studium Profilaktyki Problemów Dzieci i Młodzieży Stowarzyszenia OPTA w Warszawie. Staż terapeutyczny w zakresie psychoterapii dzieci i młodzieży w Centrum Psychoterapii SWPS w Warszawie. Studia Podyplomowe na Wydziale Pedagogiki Uniwersytetu Warszawskiego. Czteroletnia szkoła psychoterapii MABOR pod kierunkiem Prof. Ireny Namysłowskiej przygotowująca psychoterapeutów do egzaminu certyfikacyjnego PTP, wiceprzewodnicząca ZG Stowarzyszenia „RoPSAN”. Od 1993 roku związana z

miesięcznikiem psychologicznym Remedium, jako z-ca redaktora naczelnego, a obecnie prowadząca dział edukacji publicznej Pomarańczowe Forum. W latach 1994-1994 studiowała w Wyższej Szkole Dziennikarstwa im. Melchiora Wańkowicza w Warszawie, a następnie odbyła staż w TVP S.A. Od 1995 do 2001 roku pracowała w Telewizji Polska S.A. w Dziale Form Dokumentalnych jako starszy redaktor, współautor i wydawca programów reportaży, autorka felietonów, reportaży oraz filmów dokumentalnych o tematyce historycznej i społecznej. Od 2008 r. właścicielka Pracowni Badawczo-Psychologicznej MIRABO, która zrealizowała ok. 20 reprezentatywnych badań dot. ryzykownych zachowań młodzieży związanych z używaniem substancji psychoaktywnych (na zlecenie samorządów lokalnych) oraz 16 badań „tajemniczego klienta” diagnozujących dostępność alkoholu i papierosów dla niepełnoletniej młodzieży. Autorka ponad 200 artykułów o tematyce psychologicznej oraz historycznej (m.in. Remedium, współpraca z Tygodnikiem „Prawo i Życie” -reportaże prasowe) oraz współautorka publikacji książkowych o zachowaniach problemowych młodzieży i perspektywach polskiej profilaktyki problemowej Współpracowała m.in. z Instytutem Psychologii Zdrowia PTP, Instytutem Psychiatrii i Neurologii, Fundacją Batorego, Krajowym Biurem ds. Przeciwdziałania Narkomanii, Państwową Agencją Rozwiązywania Problemów Alkoholowych, Biurem Rzecznika Praw Dziecka, Ministerstwem Edukacji Narodowej oraz firmami badawczymi PBS DGA i SMG KRC. W 2003 roku ukończyła Warsztaty dla rodziców dzieci z ADHD przy Centrum Terapii Behawioralno- Poznawczej, współprowadziła otwarte grupy dla rodziców dzieci z ADHD. Jest autorem i realizatorem projektów badawczych z zakresu zachowań problemowych młodzieży (kilkadziesiąt rekomendacji samorządów lokalnych). Laureatka Nagrody Ministra Pracy Jacka Kuronia dla najlepszego absolwenta studiów filozoficznych w Polsce, finał konkursu na 100 najlepszych absolwentów w roku 1989, wyróżnienia w kategorii „Dylematy” w konkursie „Polskie Pulitzery” Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich za reportaż oraz Wyróżnienia Premiera RP w konkursie SDP „Dziennikarz w służbie edukacji” za reportaż. Prowadzi badania społeczne (ilościowe i jakościowe) oraz szkolenia dla samorządów lokalnych, pracowników sektora pomocy społecznej, edukacji i wymiaru sprawiedliwości na temat: Problematyki społecznej w mediach, Prezentacji wyników badań i diagnoz lokalnych w mediach, Pracy z dzieckiem z ADHD, Agresji w szkole oraz Zachowań problemowych młodzieży (rekomendacje samorządów i instytucji szkoleniowych).

Stowarzyszenie dysponuje: samochodem do przeprowadzenia badań "tajemniczego klienta", telefonem komórkowym do kontaktów pomiędzy audytorami uczestniczącymi w badaniu, laptopem i oprogramowanie, statystyczne SPSS niezbędne do wykonania analiz i obliczeń statystycznych, drukarką laserową kolorową niezbędną do wydrukowania raportów z badań oraz materiałów związanych przygotowaniem i realizacją kampanii;

#### IV. Szacunkowa kalkulacja kosztów realizacji zadania publicznego

Lp.	Rodzaj kosztu	Wartość PLN	Z dotacji	Z innych źródeł
1.	Przygotowanie badania: przeszkolenie audytorów uczestniczących w badaniu „tajemniczego klienta – pijanego kierowcy”, konsultacja narzędzi badawczych i druk ankiet;	1000 PLN		
2.	Wynagrodzenia dwóch audytorów uczestniczących w badaniu „tajemniczego klienta – pijanego kierowcy” w 32 sklepach marketach i stacjach paliw: audytora "pijanego kierowcy" podejmującego próby zakupu alkoholu w sklepach oraz audytora „interwenującego kierowcy” podejmującego interwencję wobec sprzedawców gotowych sprzedać alkohol nietrzeźwemu kierowcy.	2240 PLN		
3.	Koszty przejazdów i noclegów związane z realizacją badań „tajemniczego klienta – pijanego kierowcy” oraz kampanii na rzecz odpowiedzialnej sprzedaży alkoholu;	900 PLN		
4.	Utworzenia bazy danych - wprowadzenie ankiet do komputera, czyszczenie zbioru oraz wykonanie analiz i obliczeń statystycznych w programie SPSS;	1200 PLN		

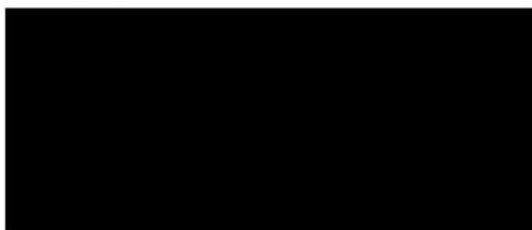


5.	Graficzne opracowanie raportu z badań - przygotowanie wykresów i tablic wyników przedstawiających szczegółowe dane dot. rezultatów badania w poszczególnych sklepach i marketach;	400 PLN		
6.	Napisanie autorskiego raportu z badań "tajemniczego klienta – pijanego kierowcy" wraz z rekomendacjami do dalszych działań profilaktycznych i naprawczych;	2800 PLN		
7.	Opracowanie i wysłanie listów interwencyjnych do przedsiębiorców (właściciele, franczyzobiorców i menedżerów sklepów, marketów i stacji paliw objętych badaniem) oraz Centrali sieci handlowych;	300 PLN		
8.	Zakup materiałów: papier do drukarki, tonery do drukarki, koperty i znaczki na listy, art. papiernicze itp. oraz usługi ksero, kurierskie i inne;	210 PLN		
9.	Napisanie specjalnego komunikatu podsumowującego wyniki badań „tajemniczego klienta – pijanego kierowcy”, który może zostać zamieszczony na stronie internetowej Urzędu Miasta oraz opracowanie i wydrukowanie specjalnych "Podziękowań" dla odpowiedzialnych sklepów i marketów, w których sprzedawcy z własnej inicjatywy odmówili sprzedaży alkoholu audytorowi „pijanemu kierowcy”;	500 PLN		
10.	Koordinacja działań związanych z przygotowaniem i realizacją badań "tajemniczego klienta – pijanego kierowcy" oraz kampanii na rzecz ograniczenia sprzedaży alkoholu osobom nietrzeźwym, zwłaszcza kierowcom;	1200 PLN		
11.	Obsługa finansowo-księgową projektu;	250 PLN		
Suma wszystkich kosztów realizacji zadania		11.000 PLN	10.000 PLN	1000 PLN

#### V. Oświadczenia

Oświadczam(-my), że:

- 1) proponowane zadanie publiczne będzie realizowane wyłącznie w zakresie działalności pożytku publicznego oferenta(-tów);
- 2) pobieranie świadczeń pieniężnych będzie się odbywać wyłącznie w ramach prowadzonej odpłatnej działalności pożytku publicznego;
- 3) oferent\* / oferenci\* składający niniejszą ofertę nie zalega(-ją)\* / zalega(-ją)\* z opłacaniem należności z tytułu zobowiązań podatkowych;
- 4) oferent\* / oferenci\* składający niniejszą ofertę nie zalega(-ją)\* / zalega(-ją)\* z opłacaniem należności z tytułu składek na ubezpieczenia społeczne;
- 5) dane zawarte w części II niniejszej oferty są zgodne z Krajowym Rejestrem Sądowym\* / inną właściwą ewidencją\*;
- 6) wszystkie informacje podane w ofercie oraz załącznikach są zgodne z aktualnym stanem prawnym i faktycznym;
- 7) w zakresie związanym ze składaniem ofert, w tym z gromadzeniem, przetwarzaniem i przekazywaniem danych osobowych, a także wprowadzaniem ich do systemów informatycznych, osoby, których dotyczą te dane, złożyły stosowne oświadczenia zgodnie z przepisami o ochronie danych osobowych.



.....  
 (podpis osoby upoważnionej lub podpisy osób upoważnionych do składania oświadczeń woli w imieniu oferentów)

Data 8. 11. 2024 r.

Ogólnopolskie Stowarzyszenie  
 "ROPSAN - Rodzice Przeciwko  
 Sprzedaży Alkoholu Nieletnim

