

## 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 Dąbrowa Górnicza
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	
<p>Ogólnopolskie Stowarzyszenie „RoPSAN – Rodzice Przeciwko Sprzedaży Alkoholu Nieletnim”, stowarzyszenie; KRS 0000272870, adres: ul. Braci Wagów 11/158 02-791 Warszawa          Adres e-mail: b.prajsner@gmail.com Numer telefonu: 601-911-390.          Nr rachunku bankowego: 58 1090 2851 0000 0001 4772 7351 Santander Bank Polska</p>	
2. Dane osoby upoważnionej do składania wyjaśnień dotyczących oferty (np. imię i nazwisko, numer telefonu, adres poczty elektronicznej)	<p>Bogusław Prajsner          adres e-mail: b.prajsner@gmail.com          Telefon: 601-911-390</p>

### III. Zakres rzeczowy zadania publicznego

1. Tytuł zadania publicznego	Pilotażowa kampania profilaktyczno-edukacyjna na rzecz ograniczenia sprzedaży alkoholu osobom nietrzeźwym, zwłaszcza kierowcom.		
2. Termin realizacji zadania publicznego <sup>2)</sup>	Data rozpoczęcia	24.10.2022	Data zakończenia 31.12.2022
3. Syntetyczny opis zadania (wraz ze wskazaniem miejsca jego realizacji)			
<p>Już za kilka tygodni tysiące mieszkańców Dąbrowy Górniczej będzie kibicować piłkarskiej reprezentacji Polski uczestniczącej w mistrzostwach świata w piłce nożnej w Katarze. Gorącym piłkarskim emocjom bardzo często będzie towarzyszył także alkohol, zwłaszcza piwo, po które tak chętnie sięgają kibice. Wielkie koncerty piwowskie od wielu lat są partnerami i sponsorami tego typu imprez a także transmisji telewizyjnych, które gromadzą przed telewizorami miliony kibiców. Większość z nich nie wyobraża sobie kibicowania bez alkoholu, którego sprzedaż w tym okresie zdecydowanie wzrasta. Niestety, jak pokazują policyjne statystyki podczas wielkich sportowych wydarzeń rośnie także</p>			

<sup>1)</sup> 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.).

<sup>2)</sup> Termin realizacji zadania nie może być dłuższy niż 90 dni.

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 sklepach nie zwraca uwagi na stan trzeźwości klientów i wbrew obowiązującemu prawu sprzedaje im alkohol. Przekonaliśmy się o tym podczas zakończonych niedawno badań "tajemniczego klienta - pijanego kierowcy" w Zabrzu oraz na warszawskiej Pradze-Południe, zrealizowanych przez Stowarzyszenie RoPSAN w 2022 r. ramach prowadzonych kampanii na rzecz odpowiedzialnej sprzedaży alkoholu. **Realizując przygotowany przez nas projekt chcemy zdiagnozować rzeczywistą skalę wspomnianego zjawiska w Dąbrowie Górniczej 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 i niepełnoletnim.** Warto podkreślić, iż wspomniana grupa zawodowa bardzo niechętnie korzysta z jakichkolwiek 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 (kilku tysięcy zrealizowanych w całej Polsce audytów we współpracy z dużymi sieciami handlowymi).

Sprzedaż alkoholu osobom nietrzeźwym to poważny problem wielu polskich samorządów, który narasta zwłaszcza w okresie wielkich sportowych wydarzeń. Generuje to wiele zagrożeń dla bezpieczeństwa publicznego i jest jednym z głównych czynników ryzyka związanego z przestępczością i naruszeniami prawa. Osoby nietrzeźwe często są sprawcami bójek, napadów, pobić czy kradzieży. Część z nich jest również ofiarami ww. przestępstw i wypadków. Nietrzeźwość stanowi także istotny element ryzyka dla przemocy w rodzinie. Wiele osób będących pod wpływem alkoholu zachowuje się agresywnie i traci kontrolę nad swoim zachowaniem. Niestety w zdecydowanej większości sklepów i marketów sprzedawcy nie przestrzegają obowiązującego prawa i sprzedają alkohol nietrzeźwym klientom. Opierając się na naszych doświadczeniach w realizacji badań „tajemniczego klienta” prowadzonych w piątkowe i sobotnie wieczory możemy zdecydowanie potwierdzić, iż co najmniej jedna czwarta klientów, którzy kupują wówczas napoje alkoholowe stanowią osoby nietrzeźwe. Część z tych osób, zwłaszcza tzw. młodych - dorosłych (20-30 latków) po wyjściu ze sklepu od razu otwiera zakupione piwo a niektórzy wsiadają później do samochodu lub na motor. Taka sytuacja tworzy ogromne ryzyko dla większości mieszkańców. W planowanej przez nas kampanii dokonamy rzeczywistej diagnozy rozpowszechnienia nieodpowiedzialnej sprzedaży alkoholu osobom nietrzeźwym a następnie uruchomimy szereg działań interwencyjnych, które skutecznie ograniczą skalę tego zjawiska i zapoczątkują proces zmiany postaw i zachowań wśród sprzedawców wobec nietrzeźwych klientów, zwłaszcza kierowców.

Problem nietrzeźwości kierowców przez większość Polaków jest postrzegany jako jeden z kluczowych problemów społecznych mających bezpośredni wpływ na poczucie naszego bezpieczeństwa. W 2019 r. po raz pierwszy od dekady odnotowano istotny wzrost nietrzeźwych kierowców zatrzymanych na drogach przez Policję (o ok. 10% więcej niż w 2018 r.). W okresie pandemii koronawirusa COVID-19, w opinii wielu ekspertów wzrosła sprzedaż napojów alkoholowych, co może mieć także bezpośredni wpływ na rosnącą liczbę osób nietrzeźwych, które spotykamy na ulicach miast, w tym nietrzeźwych kierowców. W tym kontekście warto zadbać o zwiększenie bezpieczeństwa w miejscach publicznych poprzez ograniczenia ryzykownych zachowań związanych ze sprzedażą alkoholu osobom nietrzeźwym, zwłaszcza kierowcom.

Głównym celem proponowanego przez nas zadania jest zmiana postaw i zachowań sprzedawców alkoholu wobec nietrzeźwych klientów, którzy chcą kupić alkohol oraz przekonanie różnych środowisk i grup społecznych do podjęcia zdecydowanych działań interwencyjnych wobec pozbawionych wyobraźni i lekceważących prawo kasjerów i sprzedawców alkoholu, a także przedsiębiorców, którzy powinni rzetelnie nadzorować ich pracę. **W 2016 Stowarzyszenie "RoPSAN" zrealizowało pierwsze w Polsce i prawdopodobnie na świecie, oryginalne badanie "tajemniczy klient - pijany kierowca" opracowane według własnej koncepcji metodologicznej.** Realizacja tego projektu odbyła się równocześnie w dwóch miastach - w Tychach i na warszawskim Ursynowie i miała charakter pilotażowy. Wyniki przeprowadzonych badań były szokujące – aż w 90% badanych tyskich i ursynowskich stacji paliw

i marketów sprzedawcy bez wahania byli gotowi sprzedać alkohol audytorowi wyglądającemu na osobę zdecydowanie nietrzeźwą, która na dodatek trzymała w ręce kluczyki do samochodu. Od tamtej pory Ogólnopolskie Stowarzyszenie "RoPSAN" zrealizowało 14 kompleksowych kampanii społecznych, w różnych miastach Polski, dla których punktem wyjścia stały się ww. badania "tajemniczego klienta - pijanego kierowcy" m.in. w Warszawie, Poznaniu, Łodzi, Bydgoszczy, Zabrzu (3-krotnie), Częstochowie, Tychach (2-krotnie), Łomży, Wołominie oraz na warszawskiej Pradze-Południe (3-krotnie) i na warszawskim Ursynowie (3-krotnie). W kilku ww. projektach współpracowaliśmy z młodzieżowymi radami miast oraz radami seniorów wysyłając setki listów interwencyjnych także do Zarządów koncernów paliwowych i sieci handlowych w sprawie nieodpowiedzialnych sprzedawców. W latach 2017-2018 zrealizowaliśmy na zlecenie Biura Pomocy i Projektów Społecznych m.st. Warszawy największy tego typu projekt w ramach otwartego konkursu ofert. Integralną częścią tego zadania były oryginalne autorskie badania "tajemniczego klienta - pijanego kierowcy" (przygotowane metodologicznie przez Stowarzyszenie "RoPSAN") i przeprowadzone 3-krotnie w ponad 130 warszawskich stacjach paliw. Efektem tego projektu było istotne ponad 20% zmniejszenie rozpowszechnienia sprzedaży alkoholu na stacjach paliw osobom wyglądającym na "nietrzeźwego kierowcę". Naszym głównym partnerem w realizacji ww. projektu była Młodzieżowa Rada m.st. Warszawy, która stała się także jednym z sygnatariuszy Warszawskiej Koalicji na rzecz Odpowiedzialnej Sprzedaży Alkoholu. Wspólnie wysłaliśmy kilkaset listów interwencyjnych oraz zaprosiliśmy do współpracy ponad 20 warszawskich szkół. Jeszcze bardziej spektakularny efekt uzyskaliśmy w Zabrzu, gdzie po trzech latach systematycznych badań oraz towarzyszących im działań interwencyjnych i edukacyjnych odsętek nieodpowiedzialnych placówek handlowych, w których sprzedawcy byli gotowi sprzedać alkohol "pijanemu kierowcy" zmniejszył się z 90% do 50%.

Przygotowując lokalną kampanię w Dąbrowie Górniczej planujemy zwrócić się z propozycją partnerskiej współpracy w realizacji tego zadania do **Młodzieżowej Rady Miasta Dąbrowa Górnicza**. Opierając się na naszych wcześniejszych doświadczeniach z innych miast jesteśmy przekonani, że Rada wyrazi zgodę się na taką współpracę i włączy się w realizację projektu. W ramach naszego zadania stawiamy sobie dwa podstawowe cele. **Pierwszym jest ograniczenie zjawiska sprzedaży alkoholu osobom nietrzeźwym, zwłaszcza gdy są to kierowcy i uruchomienie silnej presji społecznej na właścicieli i menedżerów sklepów, marketów i stacji paliw w tym zakresie.** Drugim równie istotnym celem ściśle związanym z naszym zadaniem jest zainicjowanie debaty społecznej, zwłaszcza zaadresowanej do młodzieży szkolnej dot. postaw i zachowań świadków wobec nietrzeźwych kierowców, a także kierowców będących pod wpływem substancji psychoaktywnych. Chcielibyśmy pokazać jak największej liczbie mieszkańców miasta, że 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 szkolić i monitorować zachowania swoich pracowników oraz wprowadzić wewnętrzne procedury określające, jak powinni zachowywać się sprzedawcy w tego typu sytuacjach. Niezbędne jest także stworzenie systemu wewnętrznych konsekwencji, jakie mogą ich spotykać kasjerów za naruszenie tych procedur. Obecnie takich procedur de facto nie ma, a te które istnieją są mało efektywne. Szkolenia, w których uczestniczą sprzedawcy jedynie w minimalnym stopniu poruszają kwestię "nietrzeźwego klienta", koncentrując się na bezpieczeństwie samego pracownika. Ważnym celem będzie także przekonanie młodzieży szkolnej, pedagogów, wychowawców i rodziców nastolatków, że mogą mieć bezpośredni wpływ na zmianę postaw i zachowań sprzedawców poprzez wysłanie przygotowanych we współpracy ze Stowarzyszeniem „RoPSAN” listów interwencyjnych do tych sklepów, w których sprzedawcy byli gotowi sprzedać alkohol „pijanym kierowcom”.

Zgodnie z koncepcją planowanego przez nas zadania w pierwszym etapie naszych działań planujemy przeprowadzenie badań "tajemniczego klienta - nietrzeźwego kierowcy" w 30 losowo wybranych sklepach, zwłaszcza tych działających do późnych godzin wieczornych oraz w marketach i na stacjach paliw na terenie miasta Dąbrowa Górnicza. W badaniu diagnozującym problem sprzedaży alkoholu osobom nietrzeźwym weźmie udział dwóch audytorów: „audytor – nietrzeźwy 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 kwaciarnię, gdzie „może kupić kwiaty 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, 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 „pijanego kierowcy” uprzejmie 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: „Jak Pani/Pan mogła/mógł sprzedawać alkohol temu człowiekowi, przecież on za chwilę może wsiąść do samochodu i kogoś zabić na drodze”. „Audytor interweniujący” zażąda rozmowy z kierownikiem/menedżerem sklepu, marketu lub 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 wylosowanym punkcie sprzedaży, w którym sprzedawca będzie chciał sprzedać piwo „pijanemu kierowcy”.**

Jesteśmy przygotowani, że podczas realizacji badań „tajemniczego klienta – pijanego kierowcy” może być wezwany przez świadków tej sytuacji patrol policyjny. Tak 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”, realizowanym i współfinansowanym przez Urząd Miejski w Dąbrowie Górniczej. Po wykonaniu badań zostanie utworzony komputerowy zbiór danych a następnie zostaną przeprowadzone szczegółowe analizy i obliczenia pokazujące różne rodzaje zachowań sprzedawców – w zależności od pory realizacji badań, płci i wieku sprzedawców, lokalizacji punktu itp. Na podstawie przeprowadzonych analiz zostanie napisany szczegółowy raport z badań.

Po zakończeniu badań i opracowaniu ich wyników nawiążemy współpracę z **Młodzieżową Radą Miasta Dąbrowa Górnicza**, której przedstawimy wyniki badań „tajemniczego klienta – pijanego kierowcy” oraz propozycje wspólnych działań interwencyjnych. Zaprezentujemy także i uzgodnimy treść **wspólnego listu interwencyjnego do właścicieli i menedżerów „nieodpowiedzialnych” sklepów, marketów i stacji paliw**, w których podczas badań sprzedawcy byli gotowi sprzedać alkohol audytorowi „pijanemu kierowcy”. Przedstawimy **projekt listu interwencyjnego do Centrali sieci handlowych i koncernów paliwowych**, do których należą „nieodpowiedzialne” markety i stacje paliw. Listy te po podpisaniu przez przewodniczącego Stowarzyszenia „RoPSAN” oraz Młodzieżowej Rady Miasta - zostaną wysłane do adresatów.

Zwrócimy się także do Gminnej Komisji Rozwiązywania Problemów Alkoholowych z propozycją przeprowadzenia kontroli w tych placówkach handlowych, w których sprzedawcy wbrew obowiązującemu prawu byli gotowi sprzedać alkohol audytorowi „nietrzeźwemu kierowcy” – prześlemy Komisji pełną listę adresową „nieodpowiedzialnych” sklepów.

We wspomnianych listach interwencyjnych przedstawimy wyniki badań „tajemniczego klienta – pijanego kierowcy” w danej placówce oraz rekomendacje opracowane przez Stowarzyszenie „RoPSAN” dot. wprowadzenia do regulaminu pracy sklepów, marketów i stacji paliw wewnętrznych procedur pozwalających zminimalizować ryzyko nieodpowiedzialnej sprzedaży alkoholu. Stowarzyszenie zaproponuje ww. procedury i przedstawi projekt oryginalnego Kodeksu Odpowiedzialnego Sprzedawcy, który po akceptacji Komisji Rozwiązywania Problemów Alkoholowych mógłby stać się przedmiotem konsultacji z przedsiębiorcami sprzedającymi napoje alkoholowe.

We współpracy z Młodzieżową Radą Miasta przygotujemy także informację mailową nt. kampanii i przeprowadzonych przez nas badań dla samorządów uczniowskich szkół i zwrócimy się do nich z propozycją włączenia się do projektu. Przedstawimy im projekty listów interwencyjnych i zaproponujemy, aby po konsultacji z dyrektorem szkoły wysłali takie listy do menadżerów i franczyzobiorców "nieodpowiedzialnych" sklepów, marketów i stacji paliw z terenu ich dzielnicy-osiedla, w których sprzedawcy byli gotowi sprzedać alkohol audytorowi "pijanemu kierowcy" uczestniczącemu w badaniach tajemniczego klienta. Poprosimy także, aby samorządy uczniowskie postarały się włączyć do tych działań szkolne rady rodziców oraz dyrekcje szkół. Przygotujemy również propozycję specjalnego listu interwencyjnego do Centrali firm (sieci handlowych i koncernów paliwowych), które młodzież mogłaby wysłać równoległe z listami do "nieodpowiedzialnych" sklepów i stacji paliw. Jak wynika z naszych doświadczeń wspomniane listy są poważnie traktowane przez wiele firm handlowych, które po ich otrzymaniu podejmują działania wyjaśniające i interwencyjne oraz uruchamiają wewnętrzne szkolenia pracowników. **Szkoły, które aktywnie włączą się do kampanii otrzymają specjalny certyfikat „Szkoła Ludzi Nieobojętnych”.**

Samorządy uczniowskie poinformujemy także o pomysłe zorganizowania otwartej debaty internetowej nt. tego, jak skutecznie i bezpiecznie powstrzymać nietrzeźwego kolegę będącego pod wpływem narkotyków/substancji psychoaktywnych, który w takim stanie zamierza pokierować samochodem lub motocyklem. W przyszłym roku planujemy kontynuację ww. kampanii a jej integralną częścią byłaby wspomniana debata młodzieży „Powstrzymać nietrzeźwego kierowcę”. Tegoroczny projekt byłby punktem odniesienia do kontynuacji działań w 2023 r. Nasze badania - pokazujące realny problem, wymagający szybkiego i skutecznego rozwiązania - mogą być punktem wyjścia do podjęcia poważnej debaty, zwłaszcza wśród młodych ludzi nt. różnych stereotypów i fałszywie rozumianej "solidarności rówieśniczej". Wielu młodych ludzi uważa, że zadzwonienie na policję z "donosem" na kogoś, kto mimo prośb i nalegań znajomych zdecydował się pojechać samochodem po wypiciu kilku piw lub wypaleniu "skręta" - to wrogie zachowanie i naruszenie podstawowych reguł koleżeńskich. Czy tak jest naprawdę? Co można zrobić w takiej sytuacji, aby nie zdarzył się kolejny tragiczny w skutkach wypadek, w którym młody człowiek ginie w bagażniku palącego się samochodu, jak to miało miejsce kilka lat temu w Swarzędzu k. Poznania? Czy winny jest tylko nietrzeźwy kierowca? A pozostała szóstka nastolatków, którzy świadomie wsiedli z nim do samochodu, wiedząc że w bagażniku jest jeszcze jeden kolega, dla którego zabrakło miejsca w aucie. Czy istnieje coś takiego, jak współodpowiedzialność prawna lub moralna? To tylko niektóre z pytań, jakie chcielibyśmy przedstawić w piśmie skierowanym do samorządów szkolnych nt. koncepcji ww. debaty, która stanowiłaby jeden z głównych elementów naszego kolejnego projektu pn. "Nietrzeźwy kierowca – co Ty możesz zrobić w tej sprawie?", który chcielibyśmy realizować w ramach kolejnej oferty zgłoszonej do otwartego konkursu ofert. Mamy nadzieję, że zaproszenie młodzieży do konsultacji w sprawie przygotowania otwartej debaty (on-line) oraz współpraca w ustaleniu celów i szczegółowych obszarów, na których powinna koncentrować się ww. debata (np. uzyskanie szerokiego wparcia dla projektu wprowadzenia obowiązkowych alkomatów na stacjach paliw), będzie służyło określeniu nowych strategii działań profilaktycznych na przyszły rok np. promocji bycia nieobojętnym świadkiem wobec nietrzeźwych kierowców w grupie rówieśniczej.

Do menadżerów sklepów/marketów, w których sprzedawcy bez jakiegokolwiek interwencji odmówili sprzedaży alkoholu audytorowi "pijanemu kierowcy" **wyślemy specjalne „Podziękowania”** (w formie certyfikatów).

Przygotujemy również **specjalny komunikat na stronę internetową Urzędu Miejskiego** będący podsumowaniem najważniejszych wyników badań oraz działań edukacyjnych i interwencyjnych, jakie zostały podjęte w ramach przeprowadzonej pilotażowej kampanii. Wspomniany komunikat prześlemy również naszym Partnerom zaangażowanym w realizację kampanii z prośbą, aby zamieścili go na swoich stronach internetowych lub stworzyli w oparciu o ten materiał własny komunikat.

**Prezentowane zadanie w całości będzie realizowane na terenie miasta Dąbrowa Górnicza.** Przygotowana w ramach projektu diagnoza dostępności napojów alkoholowych dla osób nietrzeźwych, zwłaszcza kierowców będzie punktem wyjścia i integralnym elementem lokalnej kampanii społecznej. Z tego względu należy stwierdzić, iż zadanie to jest adresowane do kilku grup adresatów:

- sprzedawców napojów alkoholowych pracujących w sklepach, marketach na stacjach paliw oraz managerów tych placówek,
- uczniów szkół podstawowych i ponadpodstawowych – poprzez planowaną współpracę z Młodzieżową Radą Miasta i samorządami uczniowskimi,
- pedagogów i wychowawców młodzieży – współpraca ze szkołami,

Część prac związanych z przygotowaniem badań „tajemniczego klienta” (losowanie próby, konsultacja narzędzi badawczych i druk ankiet, utworzenie bazy danych, opracowanie i wysłanie listów interwencyjnych do właścicieli i menedżerów sklepów i marketów a także do dyrektorów szkół i rad rodziców) zostanie wykonana w ramach prac własnych (wolontariat) członków Stowarzyszenia „RoPSAN” (jako 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
<p>Realizacja badań „tajemniczego klienta – pijanego kierowcy” diagnozujących poziom rozpowszechnienia nieodpowiedzialnej sprzedaży napojów alkoholowych osobom nietrzeźwym, zwłaszcza kierowcom w Dąbrowie Górniczej</p> <p>Podjęcie działań interwencyjnych wobec managerów i franczyzobiorców placówek handlowych, w których sprzedawcy byli gotowi sprzedać alkohol audytorowi „nietrzeźwemu kierowcy”;</p> <p>Wzrost świadomości i podniesienie kompetencji sprzedawców pracujących na stacjach paliw, w sklepach osiedlowych oraz w marketach – w zakresie odmawiania sprzedaży alkoholu nietrzeźwym klientom, zwłaszcza kierowcom;</p> <p>Wprowadzenie przez menadżerów i franczyzobiorców sklepów, marketów i stacji paliw nowych wewnętrznych zasad i samoregulacji dot. obsługi nietrzeźwego klienta, zgodnie z rekomendacjami przesłanymi przez Stowarzyszenie „RoPSAN” należy podkreślić, iż RoPSAN opracował założenia wewnętrznych kodeksów odpowiedzialnej sprzedaży alkoholu dla kilku ogólnopolskich sieci handlowych;</p> <p>Dotarcie do samorządów uczniowskich, szkolnych rad rodziców oraz dyrektorów szkół i pedagogów szkolnych z informacją o skali nieodpowiedzialnej sprzedaży</p>	<p>W ramach realizacji zadania w 30 losowo wybranych punktach sprzedaży napojów alkoholowych (małych sklepach, marketach i na stacjach paliw) przeprowadzimy badanie „tajemniczego klienta – pijanego kierowcy”;</p> <p>Przewidujemy, iż co najmniej 2/3 realizowanych audytów w sklepach zakończy się podjęciem interwencji przez audytora „trzeźwego kierowcę” – co oznacza, że wyślemy min. 20 listów interwencyjnych do managerów, franczyzobiorców placówek;</p> <p>Przewidujemy, iż podczas badania będziemy mieli kontakt z min. 40 sprzedawcami/kasjerami oraz managerami ww. placówek (dane na podstawie ankiet opisujących przebieg każdego audytu) oraz min. 50 osobami będącymi świadkami interwencji podejmowanych przez audytora „trzeźwego kierowcę”;</p> <p>Zakładamy, iż dzięki wysłaniu listów interwencyjnych do franczyzobiorców i managerów „nieodpowiedzialnych” sklepów, marketów i stacji paliw co najmniej w 20 sklepach, marketach i na stacjach paliw zostaną przeprowadzone wewnętrzne szkolenia kasjerów i sprzedawców pracujących w ww. placówkach dot. kwestii odpowiedzialnej sprzedaży alkoholu – zwłaszcza w kontekście odmawiania sprzedaży osobom nietrzeźwym. O realizację takich szkoleń poprosimy</p>	<p>Liczba ankiet wraz z paragonami zakupowymi z danych sklepów (potwierdzającymi realizację audytów przez dwóch audytorów) w 30 punktach sprzedaży alkoholu;</p> <p>Miernikiem planowanego rezultatu będzie 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;</p> <p>Liczba maili i telefonów od właścicieli, franczyzobiorców i menadżerów sklepów, marketów i stacji paliw zainteresowanych otrzymaniem bliższych informacji nt. wyników badań oraz materiałów szkoleniowych na potrzeby przeprowadzenia wewnętrznych szkoleń pracowniczych;</p> <p>Odsetek skutecznych interwencji podjętych podczas badań „tajemniczego klienta” przez audytora „trzeźwego kierowcę” uczestniczącego w badaniu, których rezultatem będzie anulowanie sprzedaży alkoholu audytorowi „pijanemu kierowcy”;</p> <p>Liczba szkół, do których zostaną wysłane informacje nt. kampanii oraz zaproszenia do włączenia się w jej realizację poprzez wysłanie</p>



alkoholu nietrzeźwym kierowcom w sklepach na terenie miasta uruchomi oddolne działania obywatelskie w formie listów interwencyjnych wysyłanych do nierzetelnych placówek handlowych oraz Zarządów sieci handlowych i paliwowych;	managerów „nieodpowiedzialnych” sklepów, marketów i stacji paliw w ww. listach interwencyjnych.	listów interwencyjnych do managerów „nieodpowiedzialnych” sklepów, marketów i stacji paliw;
Współpraca z Młodzieżową Radą Miasta spowoduje, iż informacja nt. realizowanej kampanii oraz skali nieodpowiedzialnej sprzedaży alkoholu nietrzeźwym kierowcom w sklepach na terenie miasta trafi do min. 10 szkół w Dąbrowie Górniczej, co zaowocuje wysłaniem listów interwencyjnych do "nieodpowiedzialnych" placówek handlowych i Zarządów sieci handlowych i paliwowych	Zakładamy, iż dzięki współpracy z Młodzieżową Radą Miasta i wysłaniu listów informacyjnych nt. realizowanej kampanii wraz z wynikami badań „tajemniczego klienta-pijanego kierowcy” co najmniej 5 szkół z Dąbrowy Górniczej aktywnie włączy się do projektu wysyłając listy interwencyjne do managerów i franczyzobiorców „nierzetelnych” sklepów i centrali sieci handlowych i koncernów paliwowych	Liczba listów (maili) wysłanych do dyrektorów i pedagogów szkół z informacją nt. kampanii i wyników badań „tajemniczego klienta – pijanego kierowcy”;  Liczba członków Młodzieżowej Rady Miasta, którzy aktywnie włączą się w promocję kampanii w swoich szkołach;  Liczba maili otrzymanych ze szkół z informacją nt. włączenia się szkoły w kampanię na rzecz odpowiedzialnej sprzedaży alkoholu;

**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 12 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 mogliby 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 2008-2020 Ogólnopolskie Stowarzyszenie "RoPSAN" zrealizowało ponad 30 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). W ostatnich 3 latach zrealizowaliśmy na warszawskiej Pradze-Południe kilka projektów związanych z promocją odpowiedzialnej sprzedaży napojów alkoholowych. Dotyczyły one zarówno kwestii sprzedaży alkoholu osobom niepełnoletnim, jak i problemu sprzedaży alkoholu osobom nietrzeźwym, zwłaszcza kierowcom. Należy podkreślić, iż Stowarzyszenie "RoPSAN" jest pomysłodawcą i jedynym w Polsce realizatorem badań "tajemniczy klient - pijany kierowca", którego oryginalną metodologię samodzielnie opracowało i udoskonało podczas kolejnych realizacji tego badania w różnych miastach na terenie kraju (Poznań, Warszawa, Łódź, Tychy, Łomża, Częstochowa). 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. W 2015 r. Stowarzyszenie "RoPSAN" - już po raz trzeci - realizowało na warszawskim Ursynowie projekt ukierunkowany na ograniczenie sprzedaży alkoholu osobom niepełnoletnim. Podejmowane przez nas działania a zwłaszcza interwencje w dziesiątkach ursynowskich sklepów, jakie były integralną częścią każdego z badań "tajemniczego klienta" a także kilkakrotne wysłanie ponad 200 listów interwencyjnych do różnych "nieodpowiedzialnych sklepów" i Zarządów wielkich

sieci handlowych przyczyniły się do zmiany wewnętrznych procedur i poważnego potraktowania tego problemu w wielu ursynowskich placówkach handlowych. 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 dokonała 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 - 2019 sześć projektów Stowarzyszenia RoPSAN otrzymało dotację w ramach konkursu ofert dla organizacji pozarządowych w Zabrzu, Częstochowie, Ostrowie Wlkp., Chełmie, Łomży i Wołominie. W 2014 r. oferta Stowarzyszenia RoPSAN wygrała konkurs dla NGO w sprawie realizacji cyklu badań ilościowych i jakościowych diagnozujących wzory konsumpcji alkoholu i narkotyków wśród dorosłej populacji mieszkańców Poznania oraz opracowania kompleksowej diagnozy problemów alkoholowych i narkotykowych dla Miasta Poznania (wartość projektu 96 tys. zł). W latach 2007-2016 r. Stowarzyszenie „RoPSAN” zrealizowało ponad 30 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 oraz w warszawskie Dzielnice Mokotów, Wola i Praga Północ. 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 siedmiu lat działalności Stowarzyszenia „RoPSAN” zrealizowaliśmy kilkanaście lokalnych kampanii profilaktyczno-edukacyjnych w różnych miastach na terenie całej Polski. Łącznie przeprowadziliśmy ponad 4800 audytów w sklepach i lokalach gastronomicznych wylosowanych do badań „tajnego klienta”. Nasi „dorośli audytorzy” podjęli ponad 3500 interwencji wobec sprzedawców, którzy chcieli sprzedać alkohol „młodo wyglądającym klientom”. Ponad 3/4 tych interwencji (75-85%) zakończyło się sukcesem, sprzedawcy wycofali się ze sprzedaży piwa i anulowali dokonaną wcześniej transakcję. Wszystkie umowy dotacyjne podpisane ze Stowarzyszeniem „RoPSAN” w ciągu ostatnich 8 lat przez miasta: Tychy, Radom, Warszawa, Piaseczno, Nowy Dwór Mazowiecki, Łomża, Lublin, Poznań, Łódź, Zgorzelec, Leszno, Zielona Góra, Gorzów Wlkp. a także warszawskie Dzielnice: Praga-Południe, Ursynów, Wola i Praga-Północ m. st. Warszawy – zostały prawidłowo rozliczone.

#### Zasoby kadrowe

**Bogusław Prajsner** - 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 kilkudziesięciu 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.

**dr Andrzej Markowski**, 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 pracownikami i poradniami psychologicznymi w Brwinowie, Skierniewicach, Błoniu i Warszawie – organizacja i przeprowadzanie badań psychologicznych różnych grup zawodowych i społecznych.

**Mira Prajsner** – 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 reportażowych, 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).

#### **Zasoby rzeczowe**

Stowarzyszenie dysponuje zasobami rzeczowymi niezbędnymi do realizacji zadania - samochód do przeprowadzenia badań "tajemniczego klienta", telefon komórkowy do kontaktów pomiędzy audytorami uczestniczącymi w badaniu, laptop i oprogramowanie statystyczne SPSS niezbędne do wykonania analiz i obliczeń statystycznych, drukarka laserowa kolorowa niezbędna do wydrukowania raportów z badań oraz materiałów związanych z przygotowaniem i realizacją kampanii;

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

Lp.	Rodzaj kosztu	Wartość PLN	Z dotacji	Z innych źródeł
1.	Przygotowanie badania: wylosowanie próby badawczej i przeszkolenie audytorów uczestniczących w badaniu „tajemniczego klienta – nietrzeźwego kierowcy”;	800 PLN		
2.	Konsultacja narzędzi badawczych i druk ankiet.	200 PLN		
3.	Wynagrodzenia audytora „nietrzeźwego kierowcy” uczestniczącego w badaniu "tajemniczego klienta" w 30 wylosowanych punktach sprzedaży napojów alkoholowych;	1350 PLN		
4.	Wynagrodzenia audytora „trzeźwego-interweniującego kierowcy” uczestniczącego w badaniu "tajemniczego klienta" w 30 wylosowanych sklepach, marketach i stacjach paliw;	1350 PLN		
5.	Koszty przejazdów związanych z realizacją badań "tajemniczego klienta – nietrzeźwego kierowcy" oraz kampanii społecznej na rzecz ograniczenia sprzedaży alkoholu osobom nietrzeźwym, zwłaszcza kierowcom;	500 PLN		
6.	Koszty noclegów związanych z realizacją badań "tajemniczego klienta" oraz kampanii społecznej na rzecz ograniczenia sprzedaży alkoholu osobom nietrzeźwym, zwłaszcza kierowcom	400 PLN		
7.	Utworzenia bazy danych - wprowadzenie ankiet do komputera	200 PLN		
8.	Czyszczenie zbioru danych i wykonanie analiz statystycznych	1000 PLN		
9.	Graficzne opracowanie raportu z badań - przygotowanie wykresów i tablic wyników przedstawiających szczegółowe dane dot. rezultatów badania w poszczególnych sklepach i marketach;	400 PLN		
10.	Opracowanie autorskiego raportu z badań "tajemniczego klienta – pijanego kierowcy" wraz z rekomendacjami do dalszych działań profilaktycznych i naprawczych i przesłanie go do Młodzieżowej Rady Miasta i innych Partnerów projektu;	2800 PLN		
11.	Opracowanie i wysłanie listów do przedsiębiorców (właścicieli, franczyzobiorców i menedżerów sklepów, marketów i stacji paliw objętych badaniem) oraz Centrali sieci handlowych i paliwowych;	400 PLN		
12.	Opracowanie i wysłanie listów informacyjnych do samorządów uczniowskich oraz dyrektorów szkół i pedagogów szkolnych z prośbą o aktywne włączenie się do działań interwencyjnych związanych z realizacją kampanii;	400 PLN		
13.	Napisanie specjalnego komunikatu podsumowującego wyniki badań „tajemniczego klienta – pijanego kierowcy” i opisującego działania edukacyjne i interwencyjne podjęte w ramach kampanii – który może zostać zamieszczony na stronie internetowej Urzędu Miasta oraz Młodzieżowej Rady Miasta;	400 PLN		
14.	Opracowanie i wydrukowanie specjalnych "Podziękowań" dla odpowiedzialnych sklepów, marketów i stacji paliw, w których sprzedawcy z własnej inicjatywy odmówili sprzedaży alkoholu audytorowi „nietrzeźwemu kierowcy” uczestniczącemu w badaniu „tajemniczego klienta”;	250 PLN		
15.	Zakup materiałów: papier do drukarki, tonery do drukarki, koperty i znaczki na listy, art. papiernicze itp., usługi ksero oraz kurierskie;	250 PLN		



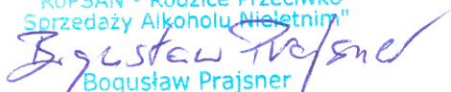
16.	Koordinacja działań związanych z przygotowaniem i realizacją badań "tajemniczego klienta – nietrzeźwego kierowcy" oraz kampanii na rzecz ograniczenia sprzedaży alkoholu osobom nietrzeźwym, zwłaszcza kierowcom.	1000 PLN		
17.	Obsługa finansowo-księgowa projektu	300 PLN		
Suma wszystkich kosztów realizacji zadania		12.000 PLN	10.000 PLN	2000 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.

Przewodniczący Zarządu Głównego  
Ogólnopolskiego Stowarzyszenia  
"RoPSAN - Rodzice Przeciwko  
Sprzedaży Alkoholu Nieletnim"

  
Bogusław Prajsner

Data 10 października 2022 r.

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

Ogólnopolskie Stowarzyszenie  
"RoPSAN - Rodzice Przeciwko  
Sprzedaży Alkoholu Nieletnim  
02-791 Warszawa, ul. Braci Wagów 11/158  
tel. 0 604 237 098, KRS: 0000272870  
REGON 140906278 NIP: 9512217902