



Odpowiedzialna sprzedaż  
i serwowanie napojów alkoholowych  
Przewodnik dla sprzedawców

## Przedmowa

Producenci napojów spirytusowych, zrzeszeni w Związku Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy (ZP PPS), od 2008 roku angażują się w kampanie społeczne i programy edukacyjne. Są one wyrazem zarówno społecznego zaangażowania branży, jak i odpowiedzią na kwestie związane z nieodpowiedzialnym spożywaniem napojów alkoholowych. Głównym założeniem działań edukacyjnych jest promowanie odpowiedzialnej konsumpcji – a w przypadku niektórych grup społecznych tj.: młodzieży, kobiet w ciąży czy kierowców planujących jazdę samochodem – całkowitej abstynencji.

Szkolenia „Odpowiedzialna sprzedaż i serwowanie napojów alkoholowych” należą do takich działań. Osoby odpowiedzialne za sprzedaż alkoholu w sklepach oraz lokalach gastronomicznych powinny mieć świadomość tego, czym on jest, jak wpływa na człowieka a także jakie mogą pojawić się konsekwencje w wyniku jego nieodpowiedzialnej konsumpcji. Ta wiedza będzie im pomocna w zrozumieniu faktu, że są w pewnym stopniu współodpowiedzialni za zdrowie, a czasem życie swoich klientów.

Niniejszy przewodnik, który powstał na potrzeby tego szkolenia, jest skierowany do osób zatrudnionych przy sprzedaży i podawaniu napojów alkoholowych. Jego użytkownicy zapoznają się z regulacjami prawnymi, poznają też problemy dotyczące dystrybucji alkoholu z jakimi mogą się spotkać w swojej pracy. Oddając go w Państwa ręce, mamy nadzieję, że ta publikacja uczuli pracowników na kwestię odpowiedzialności społecznej i prawnej, dzięki czemu będą promować w swoim zawodzie najlepsze praktyki i najwyższe standardy postępowania.

**Witold Włodarczyk,  
Prezes Zarządu Związku Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy**



## Wstęp

Myślą przewodnią tego opracowania jest odpowiedzialne sprzedawanie i podawanie alkoholu. Co to właściwie oznacza?

Przewodnik ten ma przekazać osobom zawodowo związanym ze sprzedażą napojów alkoholowych wiedzę o ich właściwościach, a także o przepisach prawnych i wynikającej z nich odpowiedzialności. Dotyczy to zarówno lokali gastronomicznych, jak i sklepów, w których sprzedaje się alkohol.

Opracowanie to przyda się również tym wszystkim, którzy w ramach swoich obowiązków służbowych mają kontakt z alkoholem.

Symbol ★, który często pojawia się w tej książce, oznacza najlepszą praktykę. Informacje te skierowane są głównie do kierowników sklepów lub barów i mają im podpowiedzieć, jak lepiej prowadzić lokal.

Sprzedaż alkoholu pociąga za sobą konsekwencje prawne. Dlatego musisz znać swoje obowiązki i prowadzić biznes nie tylko zgodnie z obowiązującym prawem, lecz także świadomie i w poczuciu społecznej odpowiedzialności, czyli tak, aby twoja działalność miała pozytywny oddźwięk społeczny.

### Gdy sprzedajesz alkohol:

- Pilnuj, aby nie doszło do naruszenia prawa.
- Zapoznaj się z ofertą sprzedawanych produktów.
- Dbaj o czystość i porządek w swoim lokalu czy sklepie.
- Bądź dobrym gospodarzem, aby stworzyć miłą, przyjazną atmosferę.
- Przestrzegaj zasad BHP, aby zapewnić bezpieczeństwo klientom i ograniczyć zagrożenia.

Alkohol może zaszkodzić, jeśli spożywa się go nieodpowiedzialnie. Dlatego tak ważne jest, aby sprzedawać i podawać go w sposób, który zminimalizuje negatywne skutki jego nieodpowiedzialnego spożycia. Trzeba myśleć o tym, komu i jaką ilość alkoholu się sprzedaje, i przede wszystkim dbać o dobro klienta. W wielu krajach prawo szczegółowo reguluje takie sytuacje, w Polsce również. Istnieje wiele przykładów dobrej praktyki, na których można się oprzeć.

## Spis treści

### Część 1: Alkohol / 04

- Alkohol i jego działanie w organizmie / 04
- Moc napojów alkoholowych / 07
- Standardowe pojemności (miarki) / 09
- Spożywanie alkoholu a prowadzenie samochodu / 09
- Spożywanie alkoholu przez młodzież / 10
- Alkohol a ciąża / 11
- Trzeźwienie / 11
- Alkohol w codziennym życiu / 12
- Podsumowanie rozdziału / 13

### Część 2: Przepisy prawne dotyczące sprzedaży alkoholu / 14

- Zezwolenie na sprzedaż alkoholu / 14
- Wiek a alkohol / 14
- Inne obowiązki oraz wykroczenia / 15
- Konsekwencje łamania prawa / 16
- Podsumowanie rozdziału / 17

### Część 3: Warunki wpływające na zachowanie konsumentów / 18

- Czynniki ochronne i czynniki ryzyka w barach / 19
- Utrzymywanie standardów / 20
- Zapobieganie przestępstwom i zakłóceniom porządku / 20
- Dobra praktyka związana z zamykaniem baru / 22

### Część 4: Efektywna obsługa klienta / 24

- Zapobieganie kłopotom / 24
- Skargi / 24
- Odmowa obsługi / 25
- Sytuacje potencjalnie generujące problemy / 26
- Reagowanie w sytuacjach konfliktowych / 29
- Opisywanie incydentów / 30
- Sprawną obsługą / 30
- Podsumowanie rozdziału / 31

- Załączniki / 32



## część 1

# Alkohol

Często zapominamy o tym, że powszechnie dostępny alkohol jest środkiem odurzającym, który wpływa na funkcjonowanie naszego mózgu. Nie znaczy to, że każdy, kto trochę wypije, będzie miał obniżony nastrój albo depresyjne myśli. Ale pamiętaj – alkohol jest substancją psychoaktywną i zmienia zachowanie człowieka. Jego nadmierna ilość stanowić może zagrożenie i dlatego jego sprzedaż musi być kontrolowana.

### W trakcie spożywania alkoholu widać, jak zmienia się zachowanie pijących:

- Stają się nieco głośniejsi i bardziej pewni siebie, gdyż zmniejsza się ich poczucie kontroli.
- Mogą mówić wolniej i zniekształcać słowa.
- Mogą tracić równowagę i chwiać się na nogach.
- Mogą mieć problemy ze wzrokiem, np. w ocenie odległości.

Jeśli człowiek pozostający pod wpływem alkoholu będzie nadal pił, odczuje bardzo poważne skutki zaburzenia prawidłowego działania swojego organizmu. Taki stan nazywany jest zatruciem alkoholowym i może doprowadzić do utraty przytomności. Nieprzytomna osoba może się udusić własnymi wymiocinami.

Dlatego tak ważna jest umiejętność rozpoznawania pierwszych oznak upojenia, aby odmówić sprzedaży alkoholu, zanim klient stanie się w oczywisty sposób pijany.

Człowiek w miarę spożywania alkoholu jest coraz mniej zdolny do podejmowania rozsądnych i właściwych dla siebie decyzji. Dlatego ten, kto sprzedaje alkohol, musi uznać, czy klient jest świadomy swoich decyzji i czy można mu sprzedać alkohol, tak aby nie zagrozić jego zdrowiu i życiu. Klient znajdujący się pod silnym wpływem alkoholu nie zdaje sobie sprawy ze swojego faktycznego stanu i decyzje jego nie są świadome.

## Alkohol i jego działanie w organizmie

Alkohol składa się z bardzo małych cząsteczek, które wchłaniane są do krwi i wraz z nią wędrują po całym organizmie. Dlatego mogą mieć negatywny wpływ na różne organy, a gdy dotrą do mózgu, powodują zmiany nastroju i samopoczucia.



Wypity alkohol przewodem pokarmowym dostaje się do żołądka, a następnie przesuwany jest w stronę jelita cienkiego, skąd zostaje wchłonięty do krwi. Po około 5 minutach dociera do mózgu. Najpierw zaczyna oddziaływać na te okolice mózgu, które odpowiadają za mechanizmy kontroli i postrzegania.

Jeśli w żołądku znajduje się pokarm, alkohol zostaje z nim zmieszany przed przesunięciem do jelita cienkiego. Właśnie to mieszanie spowalnia proces wchłaniania alkoholu do krwi. Trzeba pamiętać, że jedzenie podczas picia alkoholu tylko spowalnia, a nie zatrzymuje objawy upojenia alkoholowego. Cały wypity trunek i tak znajdzie się w końcu w naszym krwioobiegu i powędruje po ciele, negatywnie wpływając na funkcjonowanie ważnych organów, takich jak wątroba, serce i płuca.

Alkohol po około 20 minutach dociera do wątroby, która przetwarza i neutralizuje jego cząsteczki, aż przestaną być szkodliwe, a następnie je wydalą. Wątroba przetwarza alkohol w tempie 8 gramów na godzinę. W rozdziale „Moc napojów” znajduje się tabela, która pomoże ci obliczyć ilość gramów alkoholu w różnych napojach.

Bezpośrednie skutki spożycia alkoholu zależą od jego stężenia we krwi (BAC – *the blood alcohol concentration*). Na wartość tego stężenia mają wpływ rodzaj i ilość wypitego alkoholu, płeć, masa i budowa ciała osoby pijącej, a także szybkość spożycia alkoholu i obecność pokarmu w żołądku. Ze względu na mniejszą ilość płynów w organizmie, które rozcieńczają alkohol, kobieta po spożyciu takiej samej ilości trunku co mężczyzna, będzie miała wyższe BAC.

Mała część alkoholu (mniej niż 10%) jest wydalana z ciała w moczu, oddechu i w pocie. Reszta podlega utlenieniu, co oznacza, że cząstki alkoholu tak jak cząsteczki jedzenia łączą się we krwi z tlenem, zamieniając się w energię pożytkowaną na bieżąco lub magazynowaną w organizmie. Chociaż alkohol ma pewne wartości odżywcze, są one słabej jakości, gdyż brakuje w nim witamin, białka i składników mineralnych. Ponadto, w przeciwieństwie do pokarmów, jest metabolizowany prawie wyłącznie w wątrobie. To właśnie wątroba jako pierwsza podlega niekorzystnym skutkom nadużywania alkoholu.

### Przy spożyciu takiej samej ilości alkoholu:

- Ma on większy wpływ na kobiety niż na mężczyzn.
- Ma większy wpływ na osoby drobnej niż potężniejszej postury.
- Ma większy wpływ na osobę z pustym żołądkiem niż na kogoś po dużym posiłku.



### Ponadto organizm tworzy tolerancję na alkohol:

- Na osobę, która pije rzadko, alkohol oddziałuje bardziej, niż na kogoś, kto pije regularnie. Nie należy z kolei zapominać, że na osoby, które piją bardzo dużo i bardzo często, po pewnym czasie alkohol oddziałuje o wiele bardziej niż na kogoś, kto spożywa go regularnie, ale w mniejszych ilościach.

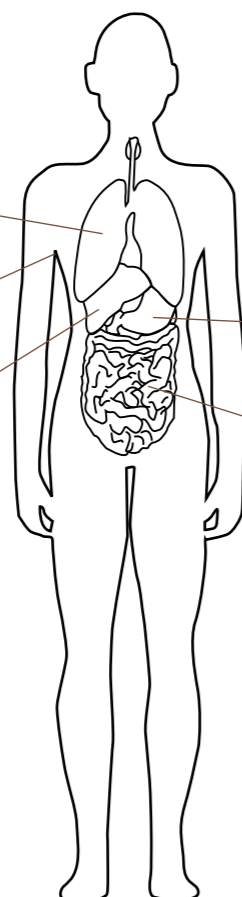
### Jak alkohol jest wydalany przez organizm

2-4%  
**Płuca**  
wydychane powietrze

2-6%  
**Gruzoły potowe**  
z potem

90%  
**Wątroba**

2-4%  
**Nerki**  
w moczu



### Jak alkohol wnika do organizmu

Alkohol dociera do mózgu poprzez **krwioobieg**

Alkohol wchłaniany jest do krwioobiegu poprzez **ścianki żołądka**

Alkohol wchłaniany jest do krwioobiegu poprzez **jelito cienkie**

**Wątroba** zaczyna usuwać alkohol z krwi poprzez proces rozkładania jego cząsteczek



## Moc napojów alkoholowych

Moc napojów alkoholowych jest bardzo różna, nawet w obrębie danego rodzaju trunku. I tak np. piwo może mieć od 2% do 9% zawartości alkoholu w objętości (ABV). Do tego wiele drinków stanowi mieszankę alkoholu z napojami bezalkoholowymi lub wodą. Aby umożliwić porównanie mocy napojów alkoholowych, przyjmuje się standard zawartości czystego alkoholu w trunku. Oznacza to, że „porcja standardowa” będzie zawsze zawierała taką samą ilość czystego alkoholu, bez względu na to, czy jest to piwo, wino czy wódka.

Konsumenci sami mogą obliczyć, czy wypita przez nich ilość alkoholu mieści się w tzw. niskim poziomie ryzyka. Porcja standardowa alkoholu w różnych krajach waha się od 8 do 13 g. Zgodnie z przyjętą w Europie normą, porcja standardowa zawiera 10 g czystego alkoholu i jest w przybliżeniu równoważnikiem:

- 30 ml wódki (spirytualiów) o mocy 40% (dokładnie 9,42 g);
- 75 ml mocnego wina o mocy 18% (dokładnie 10,59 g);
- 100 ml wina o mocy 12% (dokładnie 9,42 g);
- 250 ml piwa o mocy 5% (dokładnie 9,81 g).



Ilość gramów czystego alkoholu w danym trunku można obliczyć samodzielnie, znając ciężar właściwy alkoholu – 0,785 g/ml. Na przykład 250 ml piwa o mocy 5% zawiera 12,5 ml, czyli ok. 10 g alkoholu (12,5 ml x 0,785 g/ml = 9,81 g), to jest jedną porcją standardową według normy europejskiej.

Zrozumienie, jakie ryzyko i korzyści niesie ze sobą konsumpcja alkoholu jest ważnym narzędziem w przeciwdziałaniu negatywnym skutkom jego spożycia. Takie wskazówki mogą dostarczyć ludziom podstaw do podejmowania świadomych decyzji o picu alkoholu i pozwolą im zmienić wzorce picia na bardziej odpowiedzialne. **Zrozumienie, jakie ryzyko i korzyści niesie ze sobą konsumpcja alkoholu, staje się ważnym narzędziem w przeciwdziałaniu negatywnym skutkom jego spożycia.**



Nie każdy drink, butelka piwa, kieliszek wina czy wódki to porcja standardowa. Jeśli znasz objętość drinka w mililitrach i zawartość alkoholu w objętości, to poniższy wzór pozwoli ci wyliczyć, ile gramów alkoholu zawiera drink. Obie te wartości są zaznaczone na opakowaniu, przy czym zawartość alkoholu określona jest procentowo.

$$\frac{\{\text{Objętość drinka (ml)} \times \text{Moc drinka (ABV)}\} \times 8}{1000}$$

08

NAPOJE ALKOHOLOWE	ILOŚĆ W GRAMACH
0,5 l jasnego piwa o mocy 5,5%, lub 568 ml piwa o mocy 4%	18,2
Butelka 275 ml smakowego napoju alkoholowego o mocy 5%	11,0
Butelka 330 ml piwa o mocy 5%	13,2
35 ml whisky 40% z coca-colą	11,2
25 ml wódki lub dżinu 37,5% z tonikiem	7,5
Kieliszek 175 ml wina 12%	16,8
50 ml wermutu 15% z lemoniadą	6,0

★ Ważne, aby w ofercie mieć duży wybór napojów, zarówno drinków o niskiej mocy, jak i bezalkoholowych, o różnej objętości, przy czym należy udostępnić klientom jasną informację o mocy i objętości drinków. Pozwoli im to dokonać świadomego wyboru.



## Standardowe pojemności (miarki)

Dobłą praktyką jest używanie standardowych miarek do nalewania drinków, aby klienci mogli ocenić, jak wiele wypili.

W niektórych państwach, np. w Wielkiej Brytanii, jest to zastrzeżone prawnie, ponadto w widocznym miejscu musi znajdować się informacja dotycząca rozmiaru miarek. W Wielkiej Brytanii wino musi być sprzedawane w kieliszkach o objętości 125 lub 175 ml, a napoje spirytusowe, takie jak wódka, dżin, whisky czy rum – w miarkach 25 lub 35 ml.

09

### Dozwolone miarki

W niektórych krajach istnieją regulacje prawne dotyczące możliwych do stosowania sposobów promocji alkoholu. Zachęcanie ludzi do picia dużych ilości alkoholu w krótkim czasie w większości państw jest nie do przyjęcia, ponieważ przyzwala na pijaństwo i generuje związane z tym problemy.

## Spożywanie alkoholu a prowadzenie samochodu

W Polsce dopuszczalna zawartość alkoholu we krwi osoby prowadzącej samochód wynosi do 0,2‰, a w wydychanym powietrzu do 0,1 mg w 1 dm<sup>3</sup>. Przekroczenie tej granicy oznacza stan po spożyciu alkoholu (od 0,2‰ do 0,5‰ lub od 0,1 mg do 0,25 mg). Prowadzenie pojazdu mechanicznego w takim stanie jest w Polsce wykroczeniem, zagrożonym karą zakazu prowadzenia pojazdu do 3 lat, 30 dniami aresztu oraz grzywną do 5000 zł.

Jeżeli stężenie alkoholu we krwi przekracza 0,5‰ lub w wydychanym powietrzu obecne jest więcej niż 0,2 mg alkoholu w 1 dm<sup>3</sup>, wówczas taka osoba znajduje się w stanie nietrzeźwości. Kierowanie w takim stanie jest w Polsce przestępstwem zagrożonym karą zakazu prowadzenia pojazdu do 10 lat, pozbawieniem wolności do 2 lat oraz grzywną do 720 000 zł.

Jeżeli kierowca pod wpływem alkoholu spowoduje wypadek ze skutkiem śmiertelnym, wówczas podlega karze utraty prawa jazdy na zawsze i jest zagrożony karą pozbawienia wolności do 12 lat oraz grzywną do 720 000 zł.

Nie podlega dyskusji, że alkohol negatywnie wpływa na zdolność prowadzenia pojazdów. Nawet tak niska zawartość alkoholu we krwi jak 0,02% (niekiedy ujmowane jako 20 mg na 100 ml krwi) ma negatywny





wpływ na zdolność prowadzenia pojazdów. Taką zawartość powoduje spożycie kieliszka wódki (25 ml), lampki wina (100 ml) lub połowy kufła piwa (250 ml).

Ludzie często zadają pytanie: „Ile mogę wypić i bezpiecznie prowadzić?”

Niemożliwe jest określenie, ile drinków czy gramów alkoholu dana osoba może spożyć i bezpiecznie prowadzić. Jak wcześniej pisaliśmy, zawartość alkoholu we krwi zależy od wieku, płci, budowy ciała, od tego, czy i co się jadło i wielu innych czynników. Jedynym bezpiecznym poziomem, pozwalającym na prowadzenie pojazdów jest zero alkoholu we krwi, czyli wtedy, kiedy w ogóle nie pijemy.

**Ważne jest, aby przemyśleć, jak długo potrwa pozbycie się z organizmu CAŁEGO spożytego alkoholu, zwłaszcza wtedy, kiedy masz zamiar prowadzić pojazd mechaniczny tego samego lub następnego dnia.**

W niektórych stanach USA pracownik świadomie sprzedający alkohol kierowcy, który spowoduje potem wypadek, ponosi odpowiedzialność karną. Określa się to jako „odpowiedzialność serwującego”. Choć w Polsce nie obowiązują tego rodzaju przepisy, to wszyscy ponosimy odpowiedzialność społeczną. Co się stanie, jeśli klient po wyjściu z lokalu będzie prowadził niebezpiecznie i kogoś zabije? Dlatego ważne jest, żeby uświadamiać zagrożenie i oferować kierowcom napoje bezalkoholowe. Inne działania zaliczane do dobrej praktyki to umieszczanie na parkingach informacji o usługach taksówek, rozkładzie jazdy transportu publicznego, a także sugerowanie gościom, aby wybrali spośród przybyłego towarzystwa kogoś niepijącego, kto będzie mógł odwieźć do domu znajomych, którzy spożywali alkohol.

## Spożywanie alkoholu przez młodzież

Blisko 90% piętnasto- i szesnastolatków piło alkohol przynajmniej raz w życiu. Inicjacja alkoholowa następuje średnio w wieku 12,5 lat, a pierwsze upicie – 14 lat. Spożywanie alkoholu przez osoby niepełnoletnie wpływa negatywnie na ich czynności poznawcze – koncentrację uwagi, zapamiętywanie, rozwój kontroli emocjonalnej. Może powodować spowolnienie wzrostu i zaburzenia hormonalne, zakłóca procesy rozwojowe, zwiększa też podejmowanie zachowań ryzykownych, groźnych dla życia i zdrowia. W Polsce istnieje prawny zakaz sprzedaży alkoholu osobom nieletnim poniżej 18 roku życia.



## Alkohol a ciąża

**Z wyników badań przeprowadzonych przez GIS wynika, że prawie 5% kobiet deklaruje picie alkoholu w czasie ciąży. Jest to o 2/3 mniej niż 10 lat temu.\***

Jedną z przyczyn spożywania alkoholu przez kobiety jest mylne przekonanie, że szkodliwy alkohol to tylko wódka, a wino i piwo już nie. **Tymczasem nie jest prawdą, że czerwone wino zwiększa liczbę czerwonych krwinek, a piwo, zwłaszcza ciemne, wzmacnia laktację.** Z układu pokarmowego alkohol w niezmienionej postaci przenika do krwiobiegu i przez łożysko dociera do płodu. **Zawartość alkoholu we krwi płodu będzie identyczna z zawartością alkoholu we krwi ciężarnej kobiety.** Łożysko nie chroni przed wnikaniem alkoholu do krwiobiegu dziecka, ani go nie rozkłada! Dlatego **każda ilość alkoholu, którą wypije ciężarna kobieta, wypijana jest równocześnie przez jej nienarodzone dziecko.**

Kobieta nie musi wypić dużo ani często, aby to zaszkodziło jej dziecku. Szczególnie niebezpieczne jest picie w pierwszych dniach po zapłodnieniu, a więc często wtedy, gdy kobieta jeszcze nie wie, że jest w ciąży. Największe uszkodzenia mózgu i układu nerwowego płodu alkohol powoduje w 3–5 tygodniu ciąży. Wypity w trzecim trymestrze może zatrzymać lub znacząco spowolnić rozwój dziecka, a nawet doprowadzić do przedwczesnego porodu. W przeciwieństwie do innych wcześniaków, dziecko wystawione na kontakt z alkoholem w organizmie matki już nigdy tych braków rozwojowych nie nadrobi.

Nie ma bezpiecznego czasu na kieliszek czerwonego wina czy łyk piwa. **Nie ma bezpiecznej dawki alkoholu w ciąży. Niezależnie od jej etapu alkohol spożywany przez kobiety w ciąży szkodzi.**

## Trzeźwienie

Jeśli zapytasz kogokolwiek o sposób na szybkie wytrzeźwienie lub pozbycie się alkoholu z organizmu, otrzymasz najróżniejsze rady. Niestety, większość z nich jest nieskuteczna, a nawet szkodliwa.

\* Raport z badania „Zachowania zdrowotne kobiet w ciąży”, Główny Inspektorat Sanitarny, 2017 r.



Przyjrzyjmy się niektórym:

#### **PIJ KAWĘ**

**ŹLE** – kawa zawiera kofeinę, która stymuluje i w połączeniu z działającym tłumiąco alkoholem może mieć szkodliwe skutki uboczne.

#### **PIJ WODĘ**

**ŹLE** – jakkolwiek może to pomóc w nawodnieniu organizmu, nie ma wpływu na pozbycie się alkoholu.

#### **ZWYMIOTUJ**

**DOBRZE** – w ten sposób pozbędziesz się chociaż alkoholu z żołądka, musisz jednak pamiętać, że jego część jest już w jelicie cienkim i w dalszym ciągu jest wchłaniana.

#### **PRZESTAŃ PIĆ I CZEKAJ**

**DOBRZE** – nic lepszego, prócz czekania, aż wątroba rozłoży alkohol w twoim organizmie nie możesz zrobić. Proces rozkładania alkoholu w wątrobie zaczyna się po około 20 minutach od pierwszego łyku. Wątroba rozkłada alkohol średnio w tempie 8 gramów na godzinę.

---

**Najlepszym sposobem, żeby się nie upić, jest nie pić szybciej, niż organizm może rozłożyć alkohol.**

---

## **Alkohol w codziennym życiu**

Od tego, jaka tradycja panuje w twoim kraju, zależy odsetek pijących alkohol dorosłych obywateli. W niektórych miejscach sięga on nawet 90%. Spożywanie alkoholu kojarzy się z dobrą zabawą na przyjęciach, świętowaniem ważnych wydarzeń i okazji, bywa także sposobem na odreagowanie ciężkiego tygodnia pracy. Jeśli pity jest z umiarem, w odpowiednim czasie i miejscu, może pozostać częścią zdrowego trybu życia.

Omawialiśmy wcześniej niektóre bezpośrednie skutki picia alkoholu, do których zalicza się możliwość zatrucia alkoholowego, wysokie ryzyko stania się sprawcą wypadku lub ofiarą przestępstwa. Istnieje również wiele długofalowych skutków, związanych ze zdrowiem.



Jeśli wątroba musi rozkładać zbyt duże ilości alkoholu, może ulec uszkodzeniu. Najpowszechniejsze schorzenia wątroby spowodowane nadużywaniem alkoholu to: stłuszczenie, zapalenie wątroby oraz nieodwracalna marskość. Nadmierna konsumpcja alkoholu również szkodliwie oddziałuje na śluzówkę żołądka i tchawicy, powodując dolegliwości gastryczne, takie jak wrzody i refluks. Prowadzi również do uszkodzenia trzustki. Ponad 80 gramów alkoholu wypitego jednorazowo może znacznie podnieść ciśnienie, co z kolei zwiększa ryzyko zawału lub wylewu.

---

## **Podsumowanie rozdziału**

---

- Uważaj na pierwsze oznaki upojenia alkoholowego. Uzgodnij ze współpracownikami i swoim zwierzchnikiem, w którym momencie będziecie odmawiać sprzedaży alkoholu klientowi.
  - Serwuj alkohol odpowiedzialnie.
  - Spożywanie alkoholu przez młodzież ma poważny negatywny wpływ na ich rozwój fizyczny i emocjonalny.
  - Nawet niewielka ilość alkoholu spożywana przez kobietę w ciąży stanowi zagrożenie dla jej dziecka.
-



## część 2

# Przepisy prawne dotyczące sprzedaży alkoholu

W Polsce kwestie związane ze sprzedażą alkoholu reguluje Ustawa z 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi wraz z późniejszymi jej zmianami. Przepisy te mają zapobiegać negatywnym skutkom nadmiernego spożywania alkoholu.

## Zezwolenie na sprzedaż alkoholu

**W Polsce alkohol mogą sprzedawać tylko te sklepy i lokale, które posiadają zezwolenie na obrót detaliczny wydane przez wójta, burmistrza lub prezydenta miasta odpowiedniego dla lokalizacji punktu sprzedaży.**

## Wiek a alkohol

W Polsce nie wolno sprzedawać alkoholu osobom poniżej 18 roku życia. Jeżeli sprzedawca ma wątpliwości co do pełnoletniości klienta, może prosić o okazanie dokumentu stwierdzającego jego wiek.

Alkohol stanowi duże zagrożenie dla młodych osób. Dzieci i młodzież mają mniejszą wagę ciała i brak im doświadczenia w radzeniu sobie z napojami alkoholowymi. Ich organy wewnętrzne jeszcze nie są w pełni rozwinięte, więc nawet małe ilości alkoholu powodują negatywne skutki.

Obserwuje się współwystępowanie wśród młodzieży picia alkoholu z pogorszeniem się wyników w nauce, konfliktami z rodzicami czy przyjaciółmi oraz zwiększeniem różnego rodzaju zachowań ryzykownych.

Dlaczego tak ważne jest kontrolowanie wieku młodzieży spożywającej alkohol?

- alkohol jest jedną z głównych przyczyn wypadków wśród młodzieży (np. kolizje drogowe, utonięcia);
- alkohol zwiększa ryzyko wystąpienia różnych niebezpiecznych sytuacji (np. konflikty z prawem, sięganie po narkotyki, stanie się sprawcą albo ofiarą przestępstwa);
- zwiększenie zaangażowania dorosłych w społeczną kontrolę zakazu sprzedaży alkoholu nieletnim zdecydowanie pomoże w jego przestrzeganiu;
- ograniczając dostępność alkoholu dla osób nieletnich, chronimy nie tylko młodych ludzi, lecz wpływamy również na poprawę ogólnego bezpieczeństwa publicznego.

14



## Inne obowiązki oraz wykroczenia

Podawanie alkoholu osobie, która już jest pod widocznym wpływem alkoholu, to wykroczenie. Człowiek nietrzeźwy nie jest w stanie ocenić, czy może pić dalej, ponieważ jego zdolność obiektywnej oceny sytuacji została zaburzona. Dlatego to sprzedawca musi zdecydować, czy może sprzedać danej osobie alkohol.

### Kiedy ktoś jest pijany?

Określenie, czy osoba jest pijana, może być trudne ze względu na fakt, że różni ludzie mają różną tolerancję na alkohol. W Polskim prawie za stan nietrzeźwości uznaje się zawartość alkoholu we krwi powyżej 0,5 promila.

Zachowania typowe dla osoby nietrzeźwej to:

- Pobudzenie psychoruchowe.
- Niewyraźna mowa i niezrozumiałe komunikowanie się.
- Zaburzenia równowagi, zmniejszenie precyzji ruchów.
- Trudności w ocenie odległości.

Aby przypomnieć sobie, jak alkohol wpływa na człowieka i jakie są oznaki nietrzeźwości, wróć do części 1.

★ Może wystąpić konieczność odmowy sprzedaży alkoholu jakiemuś klientowi. Taka odmowa jest zgodna z praktyką zapobiegania nadmiernemu użyciu alkoholu.

### Ryzyko sprzedaży alkoholu osobom nietrzeźwym dla obsługi i biznesu:

- Zaburzona komunikacja z klientami.
- Więcej sprzątanias (porozlewane napoje, potłuczone szkło, wymiociny).
- Większy stopień konfliktowości klientów. Różnice poglądów mogą przerodzić się w agresję zarówno werbalną jak i fizyczną.
- Wzrost zagrożenia personelu uszkodzonymi moralnymi i fizycznymi.
- Zwiększone koszty prowadzenia lokalu ze względu na konieczność wymiany wyposażenia uszkodzonego podczas bójek i awantur.
- Zwiększone koszty obsługi ze względu na konieczność zatrudnienia większej ilości osób, w celu utrzymania porządku w lokalu (może to powodować zwiększoną rotację personelu).
- Utrata dobrej opinii przez lokal, co z kolei wpływa przyciągająco na stwarzających problemy gości i w efekcie odstrasza dobrych klientów.

15



- Zwiększona ilość interwencji policji, które mogą doprowadzić właściciela do utraty zezwolenia na sprzedaż alkoholu.
- Możliwość wprowadzenia nocnego zakazu sprzedaży w danej dzielnicy przez gminę.

## Konsekwencje łamania prawa

Naruszenie przez sprzedawcę zasad obrotu alkoholem, zawartych w ustawie o wychowaniu w trzeźwości, prowadzi do utraty prawa sprzedaży na okres trzech lat. Dotyczy to w szczególności sprzedaży i serwowania napojów alkoholowych osobom nieletnim, nietrzeźwym, na kredyt lub pod zastaw, a także w przypadku sprzedaży alkoholu z nielegalnych źródeł.

Ponadto sprzedaż lub serwowanie napojów alkoholowych z naruszeniem prawa jest przestępstwem i podlega karze grzywny od 100 do 720 000 zł. Przy ustalaniu wysokości grzywny bierze się pod uwagę dochody sprawcy przestępstwa, jego sytuację rodzinną, majątkową, możliwości zarobkowe oraz stopień winy. Należy pamiętać, że tej samej karze podlega kierownik danej instytucji, który nie nadzoruje swoich pracowników i przez to dopuszcza do popełnienia przestępstwa.

★ Aby udowodnić, że działa się zgodnie z prawem, dobrze jest posiadać regulamin pracy (PATRZ: Załączniki).

### ★ 1. Szkolenia i sprawozdania ze szkoleń

Pracodawca powinien przeszkolić pracowników w zakresie obowiązującego prawa i mieć na dowód tego ich pisemną deklarację, że zostali z nim zaznajomieni. Może również poprosić swoich pracowników o przystąpienie do egzaminu sprawdzającego ich wiedzę z tego zakresu.

### ★ 2. Dziennik zdarzeń

Dobłą praktyką jest robienie sprawozdań z zaistniałych incydentów, takich jak kłótnie czy bójki, aby można było je potem przeanalizować i ustrzec się przed nimi w przyszłości. Daje to również szczegółowy obraz wydarzenia, który w razie potrzeby może posłużyć odpowiednim władzom.

Bieżący dziennik powinien być przechowywany w dostępnym i znanym personelowi miejscu. Wcześniejsze dzienniki należy trzymać na wypadek postępowania sądowego.



### ★ 3. Rejestr odmów

Tutaj powinny być zanotowane wszystkie przypadki odmówienia podania alkoholu przez personel oraz przyczyny tego, np. nieodpowiedni wiek czy stan upojenia klienta. Rejestr taki, podpisany przez kierownika, stanowi dowód na to, że w lokalu przestrzega się prawa związanego ze sprzedażą alkoholu.

### ★ 4. Kontrola wieku klienta

Uważa się, że sprawdzenie dokumentów osób, które wyglądają na mniej niż 18 lat, to za mało w celu ochrony ich przed użyciem alkoholu – można w ten sposób przeoczyć niektórych młodocianych. Dobrą praktyką jest sprawdzenie dokumentów wszystkich klientów, którzy wyglądają na mniej niż 21 lat, gdyż w ten sposób stwarza się trzyletni bufor ochronny. W niektórych krajach stosuje się 5 do 10 lat „ochronnych” przy sprawdzaniu wieku. Zabezpiecza to przed podaniem alkoholu osobie młodej, która wygląda na starszą.

## Podsumowanie rozdziału

- Legalna sprzedaż alkoholu jest możliwa tylko, jeśli posiadasz zezwolenie na jej prowadzenie.
- W Polsce zabronione jest sprzedawanie napojów alkoholowych osobom poniżej 18 roku życia.
- Zabrania się sprzedaży i podawania napojów alkoholowych osobom, których wygląd i zachowanie wskazuje, iż są w stanie nietrzeźwym, oraz alkoholu z nielegalnych źródeł.
- Sprzedaż i serwowanie alkoholu w wypadkach, kiedy jest to zabronione, podlega karze grzywny.
- Pracownicy powinni przed podjęciem pracy zapoznać się z obowiązującymi w miejscu pracy regulaminem, aby uniknąć łamania przepisów.
- Po każdym incydencie należy przeanalizować wskazane przez regulamin modele postępowania, a następnie przedyskutować je z personelem i wprowadzić ewentualne zmiany.

## część 3

# Warunki wpływające na zachowanie konsumentów

Nastrój i klimat miejsca tworzy atmosferę lokalu. Ma ona wpływ na sposób picia i zachowanie klientów.

Częścią tworzenia atmosfery jest zachęcanie ludzi, aby zachowywali się odpowiednio do stylu twojego lokalu. W taki sposób ustanowisz pewne standardy.

Zachowanie przy piciu zależy od trzech różnych czynników:

### Drink

ilość i moc alkoholu

### Konsument

specyficzne cechy osoby pijącej alkohol, jej stan umysłowy i sytuacja osobista

### Otoczenie

atmosfera i reguły zachowania w lokalu, gdzie spożywany jest alkohol



Brak lub zmiana któregoś z tych elementów wpłynie na sposób zachowania klienta. Na przykład osoba pijąca alkohol w bardzo eleganckiej restauracji będzie się zachowywać inaczej niż podczas oglądania meczu w zatłoczonym barze.

Zachowanie tej samej osoby oglądającej mecz w pubie zmieni się również w zależności od ilości spożytego przez nią alkoholu. Będzie zachowywać się inaczej, jeśli wcale nie pije, a inaczej, jeśli pije.

Kierownik i personel lokalu są w stanie kontrolować przynajmniej dwa elementy – ilość i rodzaj podawanych drinków oraz warunki otoczenia. Rozkład pomieszczenia, to, czy więcej osób siedzi, czy stoi, oświetlenie i muzyka - wszystkie te czynniki tworzą atmosferę, w jakiej spożywa się alkohol.

Na stojąco wypijamy alkohol szybciej i pijemy go więcej, niż gdy siedzimy. Specyfika sytuacji wpływa w oczywisty sposób na to, jak spożywa się alkohol np. powoli w atmosferze spokojnych konwersacji lub też szybko i agresywnie podczas rywalizacji, kto więcej wypije.

18



## Czynniki ochronne i czynniki ryzyka w barach

Istnieje wiele różnych czynników, które albo wpływają na to, że lokale są bezpieczne, albo zwiększają prawdopodobieństwo wystąpienia agresji. Wprowadzanie tych pierwszych i minimalizowanie drugich zmniejszy częstotliwość powstawania tego typu zdarzeń.

### Czynniki ochronne:

- Brak tłoku – nie należy pozwalać na przepełnienie lokalu.
- Odmawianie wejścia osobom niepożądanym (np. młodocianym czy pijanym).
- Wysoki standard czystości i dbałości o lokal.
- Sympatyczny personel.
- Szybka i sprawna obsługa.
- Zawiadamianie o realizacji ostatnich zamówień przed zamknięciem lokalu z odpowiednim wyprzedzeniem.
- Czuwanie nad sposobem opuszczania lokalu przez klientów.
- Monitorowanie klientów przy wejściu, przy barze i przy wyjściu.
- Promowanie sprzedaży jedzenia, pełnych posiłków i zakąsek.
- Przewaga miejsc siedzących.
- Personel przeszkolony w zakresie odpowiedzialnej obsługi klienta.
- Duży wybór napojów bezalkoholowych w umiarkowanej cenie.
- Dobra komunikacja wśród personelu.

Wszystko to spowoduje, że atmosfera będzie spokojniejsza, alkohol będzie spożywany bardziej na luzie i ogólny klimat lokalu stanie się miłszy.

**Częścią tworzenia atmosfery jest zachęcanie ludzi, aby zachowywali się odpowiednio do stylu twojego lokalu. Aby to osiągnąć, musisz ustanowić swoje standardy.**

### Czynniki ryzyka

- Nienadzorowane stoły bilardowe.
- Monitory, na których wyświetla się agresywne, odrażające, seksualne lub pijackie zachowania.
- Emitowanie utworów muzycznych, zawierających słowa obraźliwe lub erotyczne.
- Tłok w którymkolwiek miejscu (przy drzwiach, w barze, w toaletach, na schodach, na parkiecie).

19





- Przewaga klientów stojących.
- Wpuszczanie i obsługiwanie młodocianych i pijanych osób.
- Osoby wymiotujące.
- Handel narkotykami i ich zażywanie.
- Tolerowanie pijanych klientów w lokalu.
- Zaczepny lub agresywny wobec klientów personel.
- Personel tolerujący zachowania agresywne i niereagujący na sytuacje konfliktowe.
- Personel wyrzucający klientów, aby bili się poza lokalem.
- Zbyt późna interwencja personelu.
- Podawanie ostatnich przed zamknięciem drinków w podwójnych miarkach lub sprzedaż po oficjalnej godzinie zamknięcia.
- Dużo dymu i brak wentylacji.
- Wysoki poziom hałasu.
- Niesprzątanie baru i stolików oraz nieutrzymywanie toalet w czystości.
- Pozwalanie na zachowania i zaczepki seksualne.
- Pozwalanie na rozrywki w rodzaju konkurencji w picu czy erotyczne tańce.

Podsumowując, lokale, które utrzymują wysokie standardy, są czyste, wysprzątane i kontrolują zachowanie swoich klientów, będą miały przyjemniejszą atmosferę i tym samym mniej problemów z klientami.

## Utrzymywanie standardów

Aby wszystko było jasne, najlepiej jest przygotować regulamin lokalu lub sklepu i powiesić go w widocznym miejscu. Dzięki temu klienci i personel będą w oczywisty sposób poinformowani, kiedy alkohol jest sprzedawany, kto może go kupić, jaka jest przyjęta forma identyfikacji uprawnień osoby kupującej itd. (przykład regulaminu w Załącznikach).

## Zapobieganie przestępstwom i zakłóceniom porządku

Miejsce, w którym sprzedaje się alkohol jest częścią lokalnej społeczności i z tego powodu ma wobec niej pewne zobowiązania.



W Polsce właściciele lokali gastronomicznych i sklepów, w których sprzedaje się alkohol, nie są zobligowani przez prawo do zapobiegania przestępstwom i zakłóceniom porządku. Dobra praktyka i zdrowy rozsądek nakazują jednak, aby dbać o bezpieczeństwo zarówno w lokalu, jak i w jego najbliższym otoczeniu.

Dzięki utrzymywaniu wysokich standardów i odmawianiu wstępu osobom, których zachowanie jest niestosowne, unikniesz wielu problemów. Niemniej jednak należy być czujnym i wychwytywać pierwsze oznaki potencjalnie niebezpiecznych sytuacji po to, aby im zapobiec. W następnej części szerzej omówimy ten temat. Istnieją różne dobre rozwiązania, które możesz wykorzystać w swoim miejscu pracy:

### ★ Dobra praktyka w punktach sprzedaży detalicznej i w lokalach

**Dziennik wydarzeń** – zapisywanie zaistniałych incydentów i zdarzeń, takich jak np. kłótnie czy bójki, po to, by z ich opisu wyciągnąć wnioski i nie dopuścić do ich powtórzenia. Dziennik powinien znajdować się w miejscu dostępnym dla całego personelu. Starsze dzienniki należy przechowywać w bezpiecznym miejscu na wypadek, gdyby zaistniała sytuacja prawna wynikająca z opisanych wydarzeń.

**Rejestr odmów** – jest to rejestr osób, którym odmówiono podania alkoholu ze względu na zbyt młody wiek, stan nietrzeźwości lub z innych względów. Stanowi on dowód na to, że w lokalu przestrzega się prawa. Jest również przydatny w przeprowadzaniu studium przypadków, z których wyciągnięte wnioski będą służyły uniknięciu podobnych problemów w przyszłości.

**Ocena ryzyka** – w niektórych krajach przepisy bezpieczeństwa i higieny pracy nakazują regularne sprawdzanie lokalu pod względem ewentualnych punktów ryzyka. Jest to dobry sposób na zapobieganie potencjalnym problemom. Trzeba pamiętać, że punkty ryzyka zmieniają się w zależności od pory dnia i związanej z tym liczby gości.

### ★ Dobra praktyka w lokalach

**Gry związane z piciem alkoholu / Polityka sprzedaży na miarki** – istnieją pewne style picia alkoholu, które kreują nieodpowiedzialne wzorce: np. konkursy, gdzie uczestnicy piją duszkiem do dna lub piją więcej, niż by normalnie mieli zamiar. Czysty alkohol o wysokiej mocy sprzedawany na miarki powoduje, że ludzie szybko się upijają. Czy sprzedaż alkoholu w tej formie można uważać za odpowiedzialną? Należy uregulować sposób sprzedaży mocnych trunków, określając co i w jakich ilościach można oferować klientom. W twoim miejscu pracy powinien powstać sposób postępowania dla personelu w sytuacji, gdy klienci rozpoczynają alkoholowy konkurs.



**Promocje typu happy hours** – w żadnym wypadku nie należy do dobrej praktyki promocja alkoholu w sposób „wypij, ile możesz w określonym czasie lub za określoną kwotę”. To zachęca tylko do upijania się i generuje związane z tym problemy.

**Strategia zamykania lokalu** – jest to opis najlepszego sposobu zamykania twojego lokalu, tak aby zminimalizować związane z tym problemy. Duże lokale, takie jak bary z muzyką, które są otwarte do wczesnych godzin porannych, powinny zaplanować opuszczanie lokalu przez gości w sposób bezpieczny i zorganizowany, tak by uniknąć ścisłu przy wyjściach i zakłócania spokoju okolicznych mieszkańców.

## Dobra praktyka związana z zamykaniem baru

Uważa się, że zamykanie lokalu odbywa się o faktycznie oznaczonej godzinie. Tymczasem akcja zamykania zaczyna się dużo wcześniej. To ważne, by kontrolować atmosferę, nastrój klientów i pamiętać o sąsiedztwie i środkach transportu tak, aby goście mogli bezpiecznie dotrzeć do domów.

Jeśli jest to lokal z muzyką lub programem rozrywkowym, nie planuj najlepszych pokazów na końcu, gdyż rozbawiona publiczność nie będzie chciała wyjść. Pod koniec imprezy należy gości wyciszyć, na przykład grając spokojniejszą muzykę. W dużych klubach zamyka się poszczególne sektory po kolei, aby zachować kontrolę nad tłumem.

★ Dobrą praktyką jest ogłoszenie, że przyjmuje się ostatnie zamówienia przed zamknięciem. Należy to zrobić z dużym wyprzedzeniem, aby zdążyć z obsługą wszystkich chętnych. Na przykład w dni powszednie informuje się o tym na 15 minut przed oficjalną godziną zamknięcia sprzedaży, a w weekendy, kiedy jest większy ruch, 30 minut wcześniej. W ten sposób uświadamia się klientom, że pozostała określona ilość czasu na dokonanie ostatnich zamówień.

Kiedy obsługuje się ostatnich klientów, dobrze jest powoli i stopniowo zwiększać oświetlenie, gdyż jednoczesne włączenie jaskrawych światła może wywołać agresję klientów.

W dostępnym i widocznym miejscu umieść rozkład jazdy autobusów i numery telefonów do sieci taksówek. Umożliwi to klientom bezpieczne opuszczenie klubu, by nie dopuścić do szturmu na drzwi wyjściowe.



**Jeśli jest to lokal z muzyką lub programem rozrywkowym, nie planuj najlepszych pokazów na końcu, gdyż rozbawiona publiczność nie będzie chciała wyjść.**

Klienci powinni być świadomi, że po zakończeniu sprzedaży nie zostaną obsłużeni. Można to zaznaczyć przez oddzielenie baru od reszty sali, np. za pomocą rolety, która zostanie opuszczona po zamknięciu.

Następny krok to kilkakrotne, przykładowo na 10 i 5 minut przed zamknięciem, informowanie klientów, ile czasu pozostało do opuszczenia lokalu. Dzięki temu goście nie będą zdziwieni, gdy zostaną poproszeni o ostateczne opuszczenie lokalu.

Kiedy klienci wychodzą z pubu, hałasują na zewnątrz – żegnają się i głośno rozmawiają. Niektórzy zanieczyszczają otoczenie, a inni wynoszą alkohol z lokalu.

Tam, gdzie to możliwe, obsługa przy wyjściu powinna zebrać klientów, dziękować im za przybycie, częstować na pożegnanie cukierkami i uniemożliwić wynoszenie drinków.

Należy przypomnieć klientom, aby uszanowali cudzą własność i prawo okolicznych mieszkańców do spokojnego snu. Niektóre firmy wysyłają pracowników w widocznych mundurkach, aby pokierowali tłumy klientów do taksówek, na przystanki komunikacji miejskiej czy do nocnych punktów gastronomicznych.

Wypracuj własny sposób przyjaznego kontrolowania zakończenia imprezy, bez wywoływania zbędnej frustracji i konfliktów.

**Celem tych działań jest bezpieczne opuszczenie lokalu przez klientów i zachowanie przez nich pozytywnych wrażeń.**

# Efektywna obsługa klienta

## Zapobieganie kłopotom

Sam bywałeś klientem i wiesz, jak bardzo może cię zdenerwować opryskliwa kelnerka lub przyniesienie zimnego posiłku. Wielu klientów wybiera lokal głównie na podstawie standardu obsługi i podejścia personelu do gości.

Gdy troszczysz się o swoich klientów, starasz się spełnić ich oczekiwania oraz zapewniasz im bezpieczne i przyjazne otoczenie. Skłaniasz ich w ten sposób, by chcieli powracać do twojego lokalu.

W swojej pracy musisz pełnić rolę:

**Sprzedawcy** – ważne jest, abyś znał produkty, które sprzedajesz i o każdym z nich umiał coś opowiedzieć.

**Osoby sprzątajacej** – badania wykazały, że czyste, porządnie utrzymane miejsca sprawiają, iż ludzie lepiej się zachowują. Bałagan może być źródłem frustracji, np. klient, który oprze się o brudny blat baru i poplamy sobie ubranie rozlanymi trunkami, będzie miał pretensje, co może doprowadzić do konfliktu.


**Personelu porządkowego** – podczas obsługi klientów sprawdzaj, czy na stołach nie stoi niepotrzebne szkło i naczynia, czy nie ma tam nieporządku, rozlanych napojów, a także czy czyjeś torby nie blokują przejścia i wyjść awaryjnych.

**Osoby nadzorujące (menedżera)** – do dobrej obsługi należy wiedza o tym, co lubią stali klienci i okazywanie im zainteresowania. Rola menedżera jest najtrudniejsza, gdyż niekiedy będziesz musiał odmówić sprzedaży alkoholu lub poprosić kogoś o opuszczenie lokalu. Zawsze należy to robić grzecznie i spokojnie, bez użycia siły. Szczegółowo omówimy to poniżej.

Rozpoznanie potencjalnego zagrożenia i skuteczne przeciwdziałanie jest najlepszym rozwiązaniem. Jeśli rozmiar i układ twojego lokalu na to pozwala, możesz kontrolować sytuację zza baru. Gdy dysponujesz większym pomieszczeniem, musisz wraz z personelem regularnie obserwować każdą jego część.

## Skargi

Nierozsądnie byłoby sądzić, że w swoim lokalu nigdy nie spotkasz się ze skargami czy sytuacjami konfliktowymi, ale powinieneś dążyć do tego, by zdarzało się to jak najrzadziej.



Radzenie sobie ze skargami klientów jest sztuką samą w sobie. Jeśli dobrze to rozegrasz, zmienisz gościa niezadowolonego w szczęśliwego. Jeśli jednak źle podejdziesz do sprawy, stracisz nie tylko tego klienta, ale i wszystkich innych, którym opowie o tym, jak niedobrze potraktowano go w twoim lokalu. Proponujemy postępować z niezadowolonym klientem w następujący sposób:

- uważnie wysłuchaj skargi, nie przerywając klientowi,
- okaż zrozumienie,
- przeproś,
- poszukaj rozwiązania.

Nie podnoś głosu i nie kłóć się z klientem. Obserwuj współpracowników, gdy oni rozwiązują problemy i zwróć się o radę do swojego kierownika.

Człowiek zdenerwowany może używać obraźliwych sformułowań. Nie bierz tego do siebie, ani nie odpowiadaj w podobny sposób. Pamiętaj, aby zachować się profesjonalnie.

Żeby rozwiązać problem, warto, żebyś był cierpliwy i liczył się z tym, że będziesz musiał czasem uspokoić uczestniczące w nim osoby.

## Odmowa obsługi

Odmowa obsługi powinna odbywać się profesjonalnie i z szacunkiem dla klienta. Ideałem jest, aby tak odmówić klientowi obsłużenia, żeby nikt inny tego nie zauważył.

- Reaguj tak szybko, jak to możliwe – bądź zdecydowany, konsekwentny ale nie agresywny.
- Przedstaw argumenty prawne.
- Przeproś.
- Upewnij klienta, że będzie mile widziany, jeśli udowodni, że spełnia wymogi prawne co do wieku lub zaistniałej sytuacji.

Jeśli klient jest zdenerwowany, postaraj się go uspokoić, rozmawiaj z nim cicho i spokojnie. Gdy stwarza zagrożenie dla innych osób i mienia w lokalu, konieczne może się okazać wezwanie policji. Poinformuj swojego kierownika i kolegów o zaistniałej sytuacji, menedżer z pewnością podejmie odpowiednie decyzje.



## Sytuacje potencjalnie generujące problemy

Niemożliwe jest przewidzenie wszystkich sytuacji, które mogą wywołać problemy. Istnieją jednak pewne typowe scenariusze, które tu szczegółowo omówimy.

### Duże zgromadzenia osób tej samej płci

Towarzystwo wyłącznie damskie lub męskie, ze względu na atmosferę imprezy (np. wieczór panieński lub kawalerski) i dynamikę grupy, zaczyna często pić bez umiaru, przez co staje się bardzo rozbawione i głośne, co może przeszkadzać innym klientom. Jak sobie z nimi poradzić?

- Dowiedz się, co chcą uczcić. Wczesne nawiązanie kontaktu ułatwi ci późniejszą interwencję, jeśli zajdzie taka potrzeba. Życz im udanej zabawy.
- Spróbuj wydzielić część lokalu dla grupy, aby uniknąć niezadowolenia innych klientów.
- Zidentyfikuj lidera i bądź z nim w kontakcie.
- Zagaduj pojedyncze osoby przy barze.
- Spraw, aby stało się jasne, że złe zachowanie pojedynczej osoby spowoduje wyproszenie całej grupy z lokalu.

### Kłótnie rodzinne

Są najtrudniejsze do zauważenia. Para wchodzi, dobrze się bawi i nagle wybuchają kłótnia, która nie ma nic wspólnego z lokalem czy otoczeniem. Chociaż niemożliwe jest, abyś podsłuchiwał rozmowy wszystkich klientów, często da się rozpoznać, że psuje się atmosfera między partnerami lub padają ostre słowa.

- Podejdź do stolika i zapytaj, czy wszystko jest w porządku. Sam fakt, że zwróciłeś na nich uwagę, często wystarczy, aby się uspokoiли lub wyszli.

Pamiętaj, że człowiek nietrzeźwy mniej się kontroluje, przez co szybciej popada w złość i może powiedzieć coś obraźliwego lub wykonywać agresywne gesty. Ma też większe trudności w zrozumieniu ciebie, dlatego mów powoli i wyraźnie. Bądź opanowany i nie trać cierpliwości, kiedy będziesz musiał kilkakrotnie powtórzyć swoją kwestię.

### Plan awaryjny

Miej przygotowany plan awaryjny na wypadek, gdyby sytuacja się pogorszyła. Może to być poproszenie o pomoc współpracowników lub wezwanie policji.

- Jeśli kontynuują, a ich zachowanie staje się głośniejsze, jeszcze raz podejdź i zapytaj, czy wszystko jest w porządku.
- Zasugeruj, że to nie jest miejsce na ich osobiste kłótnie i mogą przeszkadzać innym klientom.
- Powiedz, że jeśli nie potrafią odłożyć swoich spraw na później, będą musieli opuścić lokal.
- Zachowaj bezstronność.
- Podkreśl, że to, co robisz, należy do twoich obowiązków i jest zgodne z regulaminem lokalu oraz, że to nic osobistego z twojej strony.

### Gry / Sport

Wszystkie gry kończą się czyjąś wygraną i czyjąś przegraną. To naturalne, że wynik prowadzi do czyjegós niezadowolenia. W lokalu, gdzie klienci grają w bilard lub rzutki, dochodzi dodatkowo niebezpieczeństwo użycia sprzętu jako potencjalnej broni. Mogą również powstać konflikty związane z ustaleniem kolejności graczy.

Aby zmniejszyć potencjalne problemy:

- Dopilnuj, aby każdy uczestnik miał dostęp do wydrukowanego regulaminu lokalu, do którego należy się zastosować.
- Niech tę część lokalu obsługuje taka ilość osób, która będzie w stanie wystarczająco szybko i skutecznie zareagować w razie konfliktu.
- Wprowadź obowiązek wpłacania kaucji za sprzęt, aby zapewnić, że po każdej grze zostanie zwrócony personelowi.

### Mowa ciała

Rozumienie mowy ciała może być bardzo pomocne w rozpoznaniu sytuacji zagrożenia. Poniższa tabela przedstawia oznaki, na jakie powinno zwracać się uwagę w chwili, gdy ktoś staje się agresywny. Pamiętaj też o mowie swojego ciała. Jeśli chcesz, aby ludzie cię słuchali, musisz być asertywny.

### Jak odpowiednio się zachować

Niełatwo jest znaleźć złoty środek, postaraj się być asertywny, na pewno nie agresywny ani pasywny.

Nie załamuj się. Jeśli przemyślisz sprawę i dostosujesz swój ton głosu, ruchy i pozostaniesz opanowany, reszta ułoży się sama.



#### MOWA CIAŁA

	AGRESYWNY (zły)	ASERTYWNY (pod kontrolą)	PASYWNY (słaby)
Postawa	Nachylenie się do przodu	Pionowa / Prosta	Skurczona
Głowa	Broda wysunięta	Stabilna, ale nie sztywna	Opuszczona
Oczy	Skoncentrowany, napastliwy, przeszywający wzrok	Dobrze nawiązany kontakt wzrokowy	Oczy opuszczone lub odwrócone, słaby kontakt wzrokowy
Twarz	Kamienna	Ekspresyjna, odpowiednia do mowy	Uśmiechnięta, nawet u osoby wytrąconej z równowagi
Głos	Głośny i nadmiernie emocjonalny	Odpowiednio modulowany do sytuacji	Cichutki i słabutki, z zanikającymi końcówkami słów i zdań
Ręce / Dłonie	Oparte na biodrach, zaciśnięte pięści, nerwowe ruchy, wyrażanie	Zrelaksowane, pewne, płynne ruchy, otwarte dłonie	Ruchy bezcelowe lub bezruch
Poruszanie się / Chód	Powolne, zaznaczone kroki lub szybki dobieg	Kroki spokojne, stabilne, wymierzone odpowiednio do sytuacji	Kroki wolne i ostrożne lub szybkie i szarpane

#### Odległości

Każdy człowiek utrzymuje dookoła siebie pewne terytorium, tzw. przestrzeń osobistą. Jeśli nieznajomy stanie zbyt blisko ciebie, czujesz dyskomfort. W sytuacjach konfliktowych stanie zbyt blisko drugiej osoby może być uznane za akt agresji. Pamiętaj, aby utrzymywać odpowiedni dystans wobec osoby, z którą rozmawiasz. Pamiętaj również, że osoby z innych krajów lub kultur mogą preferować większą lub mniejszą odległość od rozmówcy.

Przegroda w rodzaju stołu czy baru również pomoże ci zachować dystans. Może sam już odczułeś, że wolisz rozmawiać z ludźmi, stojąc za barem.



## Reagowanie w sytuacjach konfliktowych

W początkowej fazie sytuacji konfliktowych można im zapobiec lub nad nimi zapanować. Pamiętaj jednak, że będzie to dużo trudniejsze, jeśli konflikt się rozwinął. Koniecznie zadbaj o bezpieczeństwo swoje i innych:

- Zachowaj spokój i postaraj się wyciszyć konflikt.
- Spróbuj dowiedzieć się, w czym leży problem, słuchaj uważnie.

Sugerujemy, aby reagować w następujący sposób:

- Poproś uczestników konfliktu, aby się uspokoiли lub opuścili lokal.
- Wytłumacz, że ich zachowanie jest nie do przyjęcia i przedstaw punkt regulaminu lub przepis prawny, który został naruszony.
- Zaapeluj do ich sumienia, używając następujących argumentów: „Chyba Państwo nie chcecie, abym z Państwa powodu miał problemy?” lub „Jeśli będziecie Państwo się dalej tak zachowywać, nie będę mógł Państwa obsługiwać”, albo „Nie chcę dzwonić po policję, ale będę do tego zmuszony, jeśli Państwo się nie uspokoiacie”.
- Jeżeli to nie pomoże, ponownie przedstaw grożące im konsekwencje i zapytaj, czy jest coś, co możesz zrobić, aby się uspokoiли.
- Podejmij stosowne działania – jeśli kolejne wezwanie do opuszczenia lokalu nie skutkuje, wezwij policję. Siła fizyczna to ostateczność, ale nigdy jej nie stosuj, jeśli jesteś sam. Prowadź kogoś do drzwi, ale ostrożnie, aby nie zaistniało podejrzenie użycia siły. Dbaj o swoje bezpieczeństwo.

Gdy sytuacja zostanie już opanowana, pamiętaj, aby przeprosić innych gości za zakłócenie spokoju i zapewnij ich, że wszystko wróciło do normy. Również dla ciebie było to trudne, zrób więc sobie przerwę na uspokojenie nerwów.

Dobłą praktyką jest opisanie incydentu na gorąco, kiedy wszystkie szczegóły masz świeżo w pamięci.



## Opisywanie incydentów

Wszystkie zajścia należy opisywać, ponieważ taki opis:

- może posłużyć jako przykład w szkoleniu oraz przyczynić się do lepszego porozumienia kierownictwa z personelem;
- stanowi cenny materiał dla policji czy firm ubezpieczeniowych;
- może pomóc w zapobieganiu podobnym zdarzeniom w przyszłości.

Opis powinien zawierać następujące elementy:

- data,
- czas,
- opis zdarzenia,
- osoby uczestniczące,
- sposób rozwiązania problemu,
- uczestnictwo policji,
- dane świadków konfliktu wraz z ich numerami kontaktowymi.

## Sprawna obsługa

Sprawna obsługa, utrzymanie wysokiego standardu lokalu i odpowiednia atmosfera powodują, że klient czuje się zauważony i doceniony. Powinien być przy tym świadomy, że niestosowne zachowanie nie będzie tolerowane. To trudne zadanie dla pracowników. Ważne jest, aby zdawali sobie oni sprawę ze swej odpowiedzialności prawnej i społecznej.

Zachowaj cierpliwość, gdy musisz odmówić obsłużenia klienta lub próbujesz rozwiązać konflikt. Ucz się od bardziej doświadczonych kolegów, obserwuj, co robią i mówią w trudnych sytuacjach. Zapoznanie się z tym przewodnikiem to dobry początek, ale tylko praktyka pozwoli ci rozwijać swoje umiejętności. Dzięki zdobytemu doświadczeniu zbliżysz się do doskonałości!



## Podsumowanie rozdziału

- Radzenie sobie ze skargami jest sztuką samą w sobie – nie podnoś głosu i nie kłóć się z klientem, spokojnie wysłuchaj jego uwag.
- Odmowa obsługi powinna odbywać się z szacunkiem dla klienta.
- Należy pamiętać o mowie ciała, która jest bardzo pomocna w skutecznym radzeniu sobie w trudnych sytuacjach z klientem.
- Opisz incydenty i staraj się omówić je z personelem.



## Regulamin lokalu

Nazwa lokalu: \_\_\_\_\_

Adres: \_\_\_\_\_

Numer telefonu: \_\_\_\_\_

Rodzaj zezwolenia na sprzedaż alkoholu: \_\_\_\_\_

Nazwisko posiadacza zezwolenia na sprzedaż alkoholu: \_\_\_\_\_

W naszym lokalu nielegalna jest sprzedaż alkoholu osobie poniżej 18 roku życia.

Osoba wyglądająca na mniej niż 18 lat zostanie poproszona o dokument tożsamości.

Honorujemy następujące dokumenty: \_\_\_\_\_

Sprzedaż alkoholu odbywa się w następujących godzinach:

Poniedziałek \_\_\_\_\_

Wtorek \_\_\_\_\_

Środa \_\_\_\_\_

Czwartek \_\_\_\_\_

Piątek \_\_\_\_\_

Sobota \_\_\_\_\_

Niedziela \_\_\_\_\_

Osobom nietrzeźwym nie sprzedajemy alkoholu.

Osoby zachowujące się niezgodnie z regulaminem zostaną poproszone o opuszczenie lokalu.

## Regulamin sklepu

Nazwa sklepu: \_\_\_\_\_

Adres: \_\_\_\_\_

Numer telefonu: \_\_\_\_\_

Rodzaj zezwolenia na sprzedaż alkoholu: \_\_\_\_\_

Nazwisko posiadacza zezwolenia na sprzedaż alkoholu: \_\_\_\_\_

W naszym sklepie nielegalna jest sprzedaż alkoholu osobie poniżej 18 roku życia.

Osoba wyglądająca na mniej niż 18 lat zostanie poproszona o dokument tożsamości.

Honorujemy następujące dokumenty: \_\_\_\_\_

Sprzedaż alkoholu odbywa się w następujących godzinach:

Poniedziałek \_\_\_\_\_

Wtorek \_\_\_\_\_

Środa \_\_\_\_\_

Czwartek \_\_\_\_\_

Piątek \_\_\_\_\_

Sobota \_\_\_\_\_

Niedziela \_\_\_\_\_

Osobom nietrzeźwym nie sprzedajemy alkoholu.

Osoby zachowujące się niezgodnie z regulaminem zostaną poproszone o opuszczenie sklepu.

Konsultantem do spraw uzależnień był mgr Mateusz Hędzłek - Wydział Psychologii, Katedra Psychologii Społecznej, Uniwersytet Warszawski

Wydawca:  
Związek Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy (ZP PPS)  
www.zppps.pl

Produkcja:  
Fabryka Komunikacji Społecznej

Grafika i skład:  
Olga Figurska

