

## **Звіт про зустріч «Соціальні магазини для всіх» - обговорення ролі та майбутньої діяльності соціальних магазинів у Гданську**

**Місце проведення:** Гданськ, Центр соціальної інтеграції, Флоріанська 3

**Час:** 30.03.2023, 10:00 - 12:00

### **Вступ:**

30 березня 2023 року відбулася чергова зустріч у рамках проекту «Соціальні магазини для всіх», на якій обговорювалася роль соціальних магазинів у Гданську. У попередніх зустрічах брали участь окремі групи зацікавлених сторін, цього разу представники кількох груп зацікавлених сторін соціального магазину зібралися разом: клієнти соціального магазину, волонтери, соціальні працівники з Центру соціальної роботи № 2 у Новому Порту, співробітники Міського центру соціального забезпечення сім'ї в Гданську, які курують роботу магазину, працівники магазину і співробітники Банку продовольства.

Зустріч почалася з презентації, що відображає соціальний і демографічний зріз клієнтів соціального магазину та їхніх думок, проблем і потреб. Дані були зібрані з опитувань та інтерв'ю, проведених із зацікавленими сторонами соціального магазину в Новому Порту з січня по квітень 2022 року.

Наступна частина зустрічі була присвячена обговоренню висновків презентації, представленню бачення громадських магазинів, як його бачать різні групи зацікавлених сторін громадських магазинів у Гданську, та обговоренню напряму, в якому повинні розвиватися громадські крамниці, щоб якнайкраще задовольнити виражені потреби зацікавлених сторін і дати їм можливість діяти в рамках самоврядування.

### **Обговорення презентації та висновків за результатами опитувань**

Презентація являє собою узагальнену добірку результатів опитувань та інтерв'ю, проведених серед зацікавлених сторін соціальних магазинів у Гдині та Гданську. Результати представлені у вигляді графіків, а також складено силует зразкового клієнта соціального магазину в Гданську (так звана «персона»). Також були представлені типові висловлювання покупців з різних питань.

Дослідження виявило значні відмінності між клієнтами соціальних крамниць у Гдині (спосіб роботи: без направлень, вільний; магазини переважно для людей, які не мають права на інституційну допомогу, переважно емігрантів; пріоритетність клієнтів

для отримання продуктів харчування; кваліфікація людей для довгострокового користування магазином здійснюється делегованими соціальними працівниками МОПСу в Гдині) і в Гданську.

Якщо в Гдині клієнтами соціального магазину є здебільшого емігранти працездатного віку (від 34 до 44 років), які живуть із сім'єю, працюють і сприймають соціальний магазин як місце, де можна поповнити свої щоденні потреби в харчуванні, то в Гданську типовий клієнт - це жінка у віці 55+, яка живе сама, не працює і отримує пенсійну допомогу, для якої харчова допомога в соціальному магазині в період її отримання є основою харчування. Крім отримання направлення до соціального магазину, ця жінка також користується іншими соціальними виплатами, встановленими законом, і дізналася про можливість користуватися магазином від соціального працівника або під час відвідування МОПРу в Гданську. Типовий клієнт соціального магазину в Гданську навряд чи розраховує на значне поліпшення свого матеріального становища і значною мірою залежить від коштів, що надаються соціальною допомогою.

Такі помітні відмінності між клієнтами соціальних магазинів у Гданську і Гдині, безсумнівно, пояснюються різними передумовами, що лежать в основі створення соціальних крамниць у кожному місті. Якщо в Гдині соціальні магазини були призначені здебільшого для людей, які не можуть скористатися соціальною допомогою, передбаченою законом (здебільшого емігранти, які обмежені в соціальних правах через свій нелегальний статус проживання), то в Гданську соціальний магазин у Новому Порту здебільшого призначений для продовольчої підтримки клієнтів МОПРу в Гданську. Ситуація, аналогічна тій, що спостерігалася в соціальних магазинах у Гдині, була зафіксована в соціальному магазині в Гданську на вулиці Аксамітна, 4, де клієнтам не видають направлення, а єдиними обмеженнями для користування соціальним магазином є необхідність документального підтвердження проживання в Гданську (це не обов'язково повинен бути «мельдунек») і обмеження кількості відвідувань соціального магазину до трьох у календарному році.

Описуючи можливі покращення, гданські клієнти здебільшого наголошували на можливості частіше отримувати направлення, урізноманітнити асортимент, створити сприятливіші умови для очікування входу до крамниці (можливість створення «зали очікування»), зменшити чергу та збільшити площу магазину. Деякі покупці відзначали проблеми з розумінням системи балів, що діє в громадському магазині в Новому Порту.

Водночас покупці, опитані в Гданську, наголосили на професіоналізмі та дружелюбності людей, які працюють у громадському магазині в Гданську. Водночас вони підкреслили той факт, що в магазині завжди є вибір - навіть якщо найбажаніші продукти, наприклад, м'ясо або холодна нарізка, відсутні, є вибір овочів, фруктів і продуктів тривалого зберігання (наприклад, крупи, рис, макарони).

Громадський магазин у Гданську, як і громадський магазин у Гдині, також діє як пункт видачі продуктових наборів. Хоча в дослідженні на цьому не наголошувалося, варто зазначити, що поєднання цих двох функцій є потенційно суперечливим через відмінності в наборі продуктів, які людина отримує у складі продуктового набору, а також тих, що їх можна вибрати в громадському магазині в рамках виділених пунктів (балів). Розв'язанням цієї потенційної проблеми, застосованої в Гданську, є можливість для людей, які отримують продуктивний набір, додатково обирати свіжі продукти.

## Обговорення та висновки

На початку обговорення домінували два питання: частота видачі направлень і труднощі, пов'язані з тим, що кількість людей, зацікавлених в отриманні направлення, значно перевищує кількість направлень, доступних у даному ЦПС (центрі соціальної допомоги). Також було порушено тему продуктових наборів як форми інтервенційної продовольчої допомоги. Було з'ясовано, що під час збирання інтервенційних пакунок, для того щоб скласти правильний за поживністю пакунок, співробітники соціального магазину дозволяють доповнити набір продуктів у пакунку свіжими продуктами, особливо овочами та фруктами, а також продуктами, які видають у межах так званих «фрібетів» (видають у визначений день клієнтам із направленнями понад ліміт ваги та балів).

Під час обговорення було порушено тему вибору продуктів харчування клієнтами громадських магазинів і роль громадського магазину як місця, що дає змогу змінити звички харчування, що може призвести до поліпшення здоров'я тих, хто отримує підтримку. Було визнано, що це довгостроковий процес, але його початок отримав схвалення як співробітників МОПРа, так і співробітників магазину.

Ще одним предметом обговорення стала можливість використання соціального магазину як місця, де можна отримати потрібну інформацію або допомогу в облаштуванні життя. Було висловлено побажання використовувати громадську крамницю як місце отримання інформації про проекти, що здійснюються Муніципальним центром підтримки сім'ї. Було вирішено, що форма інформації має бути максимально зрозумілою, містити основні дані, тобто мету проекту, можливі

форми допомоги, контактні дані особи, яка надає інформацію в МОПРі. Також було вирішено, що для реалізації запропонованих змін необхідний постійний, безперервний обмін інформацією між МОПРом Гданська та Продовольчим Банком.

Присутні на зустрічі волонтери - жителі Нового Порту - підкреслили роль, яку відіграє соціальний магазин у районі. Вони також розповіли про свій шлях від клієнтів до роботи в магазині як волонтери, зазначивши, що магазин є для них можливістю самореалізації та впливу на функціонування районної громади.

### **За підсумками обговорення було зроблено такі висновки:**

1. У зв'язку з відкриттям магазину на вулиці Аксамітна необхідно змінити канали комунікації, які досі використовував Продовольчий Банк, включивши до них канали розповсюдження інформації, доступні для людей, позбавлених доступу до цифрових технологій, зокрема для літніх людей, щоб інформація про можливість отримання безоплатної екстреної продовольчої допомоги дійшла до якомога більшої кількості нужденних.
2. Формула роботи магазину заохочує самоадвокацію в місцевому співтоваристві, проте важливу роль відіграє людський чинник, тобто темперамент і ставлення людей, які працюють у магазині - як аніматорів, так і волонтерів.
3. Надаючи інформацію про здорове харчування, рекомендуючи конкретні продукти, нормуючи м'ясо та м'ясні страви до 0,5 кг на кожні 2,5 кг продуктів, пропагуючи фрукти та овочі, а також популяризуючи рецепти їхнього вживання, можна стимулювати зміну шкідливих харчових звичок клієнтів соціальної крамниці на ті звички, які відповідають сучасним дієтичним рекомендаціям.
4. Соціальний магазин може стати точкою, де просуватимуться проекти допомоги, здійснювані МОПРом Гданська. Для реалізації цієї мети необхідний безперервний і постійний потік інформації між МОПРом і Продовольчим Банком про поточні проекти.
5. Працівники соціального магазину мають можливість не видавати продукти та відмовляти в обслуговуванні клієнту зі скеруванням, якщо людина порушує правила або повідомляє працівнику соціального магазину, що асортимент продуктів, наявних у магазині, не відповідає його/її вимогам. Соціальні працівники мають бути проінформовані письмово/поштою про факт і причини відмови в обслуговуванні клієнта.

	<b>Гданськ</b>	<b>Гдиня</b>
<b>Профіль користувача</b>	Жінка, 55 років, мешканка Гданська, безробітна, має проблеми зі здоров'ям, які обмежують її працездатність. Вона живе і веде господарство сама. Її ситуація складна, і вона навряд чи може очікувати, що вона покращиться в найближчому майбутньому. Вона дізналася про майстерню від соціального працівника МОПРу. На додаток до підтримки від майстерні, вона також отримує різні соціальні виплати.	Жінка, 35 років, емігрантка, проживає в Польщі вже 2 роки. Вона має постійну роботу, але працює некваліфіковано - вона не може дозволити собі працювати повний робочий день через необхідність догляду за дітьми. Вона живе з чоловіком і дітьми в орендованій квартирі в Гдині. Про соціальний магазин вона дізналася від подруги, також емігрантки. Крім Соціального магазину, вона не отримує ніякої іншої підтримки і не зверталася по допомогу.
<b>Як вона дізналася про Крамницю?</b>	Мій соціальний працівник з МОПРу.  Я не пам'ятаю, але точно з МОПРу.  Я пішов до свого радника, він написав електронною поштою до Продовольчого банку, так я отримав інформацію про те, куди звертатися, а потім пішов до МОПРу.  Деякі респонденти розповіли, що чули про магазин від сусідів і друзів, які також отримують допомогу - особливо мешканці Нового Порту.	Від сусідки, вона також з України. Від жінки, наші діти ходять в один клас. Мені розповіла подруга. Від дружини колеги чоловіка по роботі. Від колеги по роботі. 2 людини не знали (не змогли згадати) звідки, ніхто не вказав на інтернет як джерело.
<b>Чим для неї є Крамниця?</b>	Необхідність, надійне джерело їжі, яку вона не могла б собі дозволити інакше, допомагає робити запаси, економити гроші.	У перші місяці після переїзду він був величезною підтримкою, потім став важливим доповненням до повсякденного функціонування.
<b>Які потреби/рекомендації вона має?</b>	Більше направлень на рік, більший вибір продуктів, менші черги, зручна «зала очікування».	Частіші самовізди, наприклад, раз на тиждень (зараз в середньому раз на місяць), більша площа магазину, ширший вибір товарів.
<b>Що її турбує?</b>	Все, що повинно [покращитися] в роботі магазину - це черги. Стоїш годинами, а іноді я нічого не виберу, тому що нічого немає. Люди, які користуються магазинами, потребують покращення, вони занадто довго обирають товари, утворюються черги...  Як люди тут кажуть, що «сьогодні нічого немає», але це неправда.  Нічого страшного, може, [могло б бути] просто більше товарів.  Щоб можна було спокійно посидіти/лавочку для людей з	Хотілося б приходити за їжею частіше, ніж раз на місяць.  На мою думку, потрібно більше місця і частіше видавати продукти.

	інвалідністю чи людей похилого віку.  Більше точок і збільшити кількість направлень більше, ніж 3 рази на рік.	
<b>Що кажуть клієнти про свої враження?</b>	Відповіді респондентів: «Магазин - це дуже велика підтримка, інакше мені не було б що їсти» (44%), «Це важлива підтримка» (44%). У мене немає жодних зауважень щодо обладнання чи покращення тут, у магазині. Кожен знаходить те, що хоче.  Тут не повинно бути розкоші, це «туди-сюди». Я не дивлюся на якісь естетичні якості в цьому випадку. Ця крамниця економить сімейний бюджет, мізерний.	Відповіді респондентів: «Це важлива підтримка» (57%), «Це корисна допомога, дозволяє економити і робити запаси» (29%). Лише 11% респондентів заявили, що без Магазину їм не було б що їсти (порівняно з 44% у Гданську). Приємно і мило, але також трохи дивно, тому що в рідній країні я ніколи нічого ні від кого не отримував безкоштовно. Магазин дуже допомагає, це дуже важко на початку, коли приїжджаєш в чужу країну. Це була величезна підтримка для нас, після переїзду ми рахували кожную копійку, але зараз трохи легше. Я живу трохи далеко, але це моя проблема. Щоб отримати безкоштовну їжу, я можу довше їхати за нею. «Все безкоштовне - це завжди добре».
<b>Які емоції викликає крамниця?</b>	Найбільше мені подобається ставлення пані Беати та пані Ані до клієнтів. З ними я почуваюся комфортно.  Персонал дуже доброзичливий, перш за все, життєлюбний.  Коли вперше в магазині з'явився чоловік, пам'ятаю, я отримала стільки їжі, що була така щаслива.  Я вже хочу піти від цього, тому не скажу, що мені приємно сюди приходити. Якось у мене інші амбіції.  Я дуже задоволений, обслуговування приємне, про все подбали. Я задоволений, що можна вибрати для себе товари, які я не можу собі дозволити купити.	Перший візит до магазину був як світло в кінці тунелю. Тут завжди можна поговорити і отримати пораду. Пані Малгожата і пан Крістофер знають все, що відбувається в моєму житті. Найприємніша річ у цьому всьому - це пані Малгожата. Я дуже вдячна їм за допомогу.