

## **Raport ze spotkania „Sklepy Społeczne Dla Wszystkich” – omówienie roli i przyszłych działań w ramach sklepów społecznych w Gdyni**

**Miejsce:** Gdynia, Przystań Łowicka 51

**Czas:** 27.03.2023, 17.30 – 19.30

### **1. Wstęp:**

W dniu 27 marca 2023 odbyło się kolejne spotkanie w ramach projektu „Sklepy Społeczne Dla Wszystkich”, poświęcone omówieniu roli sklepów społecznych w Gdyni. W odróżnieniu od poprzednich spotkań, których uczestnikami byli interesariusze z określonych grup (klienci i klientki sklepów, pracownicy socjalni itd.), tym razem zaproszono możliwie szeroką grupę interesariuszy, angażując osoby ze wszystkich grup włączonych w działalność sklepów społecznych.

Na spotkaniu obecni byli klienci sklepu społecznego, pracownicy Miejskiego Ośrodka Pomocy Społecznej w Gdyni, seniorzy – mieszkańcy dzielnic Orłowo i Redłowo oraz animatorka gdyńskich sklepów społecznych i przedstawiciele biura Banku Żywności.

Spotkanie rozpoczęło od prezentacji omawiającej założenia, które leżały u podstaw powstania sklepów społecznych oraz wyniki ankiet i wywiadów przeprowadzonych wśród klientów sklepów społecznych w okresie od stycznia do marca 2022 roku.

Kolejna część spotkania poświęcona była omówieniu wniosków płynących z prezentacji, przedstawieniu wizji sklepów społecznych w oczach różnych grup interesariuszy sklepów społecznych w Gdyni oraz dyskusji nad kierunkiem, w którym sklepy społeczne powinny się rozwijać, aby jak najlepiej zaspokajać wyrażone potrzeby interesariuszy.

### **2. Omówienie prezentacji i wniosków z ankiet**

W prezentacji przedstawiono syntetyczne opracowanie wyników ankiet i wywiadów prowadzonych wśród interesariuszy sklepów społecznych w Gdyni i Gdańsku. Wyniki stabelaryzowano i przedstawiono graficznie w odniesieniu do placówek w obu miastach. Dane dotyczyły zarówno struktury demograficznej grup klientów, jak i ich indywidualnych odczuć w odniesieniu do pomocy uzyskiwanej w ramach sklepów społecznych.

Podkreślono znaczące różnice w obrazie klientów korzystających ze sklepów społecznych w obu miastach. W Gdyni klientami są raczej osoby w wieku produkcyjnym (ponad 60% klientów), pracujące, mieszkające z rodziną. Klienci gdyńskich sklepów uważają, że wybór żywności w placówkach odpowiada ich zapotrzebowaniu, zaś udzielna pomoc jest pomocą dodatkową, aczkolwiek podkreślają, że jest to wsparcie istotne dla ich codziennego funkcjonowania.

Według danych statystycznych typowa osoba korzystająca ze sklepu społecznego w Gdyni to kobieta, 35 lat, która jest migrantką, mieszkająca w Polsce od 2 lat. Ma regularną pracę, ale pracuje poniżej kwalifikacji – nie może pozwolić sobie na pracę na pełen etat ze względu na konieczność opieki nad dziećmi. Mieszka z mężem i dziećmi w wynajętym mieszkaniu w Gdyni. O sklepach dowiedziała się od koleżanki, również migrantki. Oprócz sklepów społecznych nie korzysta z żadnego innego wsparcia i nie szukała innej pomocy.

Odpowiednio w Gdańsku klientami są raczej kobiety w wieku przedemerytalnym lub na emeryturze/rencie, niepracujące, mieszkające samotnie. W ankietach i wywiadach klienci sklepu w Gdańsku częściej niż klienci sklepów gdyńskich podkreślali, że sklep społeczny jest ich podstawowym źródłem zaopatrzenia w żywność.

W kwestii potrzeb ankietowani klienci w Gdyni podkreślali, że przede wszystkim chcieliby mieć możliwość częstszych odbiorów (obecnie 1 lub 2 razy w miesiącu), ponadto przeszkadza im ciasnota panująca w sklepach społecznych. Część ankietowanych sugerowała również zwiększenie zróżnicowania asortymentu.

Gdyńscy ankietowani wielokrotnie podkreślali znaczenie sklepu dla osób, które rozpoczynają życie w obcym środowisku, wręcz w obcym kraju. W ich sytuacji – migranta, który zaczyna życie od zera – możliwość otrzymania bezpłatnej pomocy żywnościowej była ratunkiem dla ich domowych budżetów. Z wyników ankiety można wnosić, że

sklep budzi jednoznacznie pozytywne emocje, przy czym znaczący jest tu wkład obsługi sklepu – zarówno animatora, jak i wolontariuszy świadczących fachową, profesjonalną i jednocześnie życzliwą pomoc.

### 3. Dyskusja i wnioski

Na początku dyskusji przedstawicielka MOPS Gdynia podkreśliła, że sklepy społeczne nie są miejscami wsparcia żywnościowego jedynie dla migrantów, a dla wszystkich mieszkańców Gdyni, niezależnie od narodowości, którzy z różnych względów potrzebują doraźnego wsparcia. Fakt, że większość klientów sklepów społecznych to migranci wynika z uwarunkowań prawnych i formalnych; osoby obcego pochodzenia do momentu otrzymania karty pobytu lub zmiany obywatelstwa nie są objęte pomocą instytucjonalną wynikającą z ustawy o pomocy społecznej. Tworzenie miejsc takich jak sklepy społeczne umożliwia pozaustawowe świadczenie wsparcia osobom potrzebującym.

Klienci sklepu społecznego, animatorka sklepu oraz przedstawicielki MOPS Gdynia zgodzili się, że największą rolę w rozpowszechnianiu informacji o sklepach społecznych i możliwości otrzymania pomocy pełnią informacje przekazywane bezpośrednio lub za pomocą kanałów w mediach społecznościowych. Jak podkreśliła przedstawicielka gdyńskich seniorów, taki sposób upowszechniania informacji wyklucza z grona osób, które mogą uzyskać informacje na temat pomocy żywnościowej świadczonej w sklepach społecznych, osoby z ograniczonym dostępem do narzędzi cyfrowych, szczególnie seniorów.

Wypowiedź przedstawicielki gdyńskich seniorów była wstępem do podjęcia dyskusji na temat zmiany profilu klientów sklepu. Zgodnie z informacjami przekazanymi przez animatorkę sklepów społecznych w Gdyni, z możliwości trzykrotnego skorzystania ze sklepu społecznego coraz częściej korzystają stali mieszkańcy Gdyni, szczególnie osoby starsze i rodziny z małymi dziećmi. Z wnioskiem o zmianie profilu klientów sklepów społecznych zgodzili się przedstawiciele Banku Żywności, którzy podkreślili, że coraz częściej z prośbami o pomoc żywnościową zwracają się stali mieszkańcy Gdyni, przy czym są to zarówno seniorzy, jak i rodzice małych dzieci.

W dyskusji zaakcentowano rolę sklepów społecznych jako miejsc interwencji kryzysowej, co miało potwierdzenie w trakcie kryzysu uchodźczego. Jednocześnie zarówno klienci sklepów społecznych, jak i przedstawicielki MOPS Gdynia zaznaczyli, że widzą rolę sklepu społecznego głównie jako miejsca pomocy żywnościowej, w którym dodatkowo można uzyskać aktualne informacje dotyczące innych form wsparcia i pomocy, jednak oczekiwaliby takich informacji raczej w formie plakatu lub ulotki.

Niepokój wzbudziły przytoczone z ankiet i wywiadów wypowiedzi klientów, którzy byli zainteresowani sklepami tylko ze względu na fakt, że jedzenie jest za darmo, natomiast szczerze przyznawali, że nie są zainteresowani innymi formami pomocy, ponieważ obecnie są w dużo lepszej sytuacji niż tuż po przyjeździe do Polski. Takie podejście świadczy o konieczności ściślejszej selekcji klientów otrzymujących pomoc w pierwszej i drugiej kolejności. Jest to szczególnie istotne w świetle faktu, że w związku z obecną sytuacją gospodarczą należy się spodziewać zwiększenia liczby klientów sklepu społecznego spośród stałych mieszkańców Gdyni. Sytuacja ta powoduje konieczność określenia jasnych reguł stosowania pierwszeństwa wobec klientów sklepów społecznych, weryfikacji ich rzeczywistych potrzeb i być może regulowania okresu, w jakim możliwe jest korzystanie ze sklepów. Część klientów sklepów społecznych to osoby, które uregulowały lub miały możliwość uregulowania statusu swojego pobytu i mogłyby zacząć korzystać z ustawowo przewidzianej pomocy społecznej. Ograniczenie liczby osób długotrwale korzystających ze sklepu społecznego umożliwiłoby zwiększenie częstotliwości wydań dla obecnych klientów sklepu społecznego oraz włączenie w poczet klientów stałych mieszkańców Gdyni zgłaszających takie zapotrzebowanie, szczególnie seniorów, osób prowadzących samotnie gospodarstwo domowe oraz młodych rodzin.

#### Zanotowano następujące wnioski i uwagi z dyskusji:

- W kanałach komunikacji o sklepach społecznych należy silniej uwzględnić osoby wykluczone cyfrowo, ze szczególnym uwzględnieniem gdyńskich seniorów, do których nie dotarła nawet informacja o istnieniu sklepów społecznych.

- Konieczne jest przygotowanie się na zmianę profilu klienta sklepu społecznego, wynikającą z coraz większego zainteresowania ofertą sklepu społecznego pośród stałych mieszkańców Gdyni, w szczególności seniorów i młodych rodzin.
- Sklep powinien pełnić rolę punktu informacyjnego, ale wyłącznie w postaci kierowania do miejsc, w których można otrzymać pomoc celowaną. W związku z tym klienci preferowaliby informację w postaci ulotek lub/i plakatów, a nie konsultacji.
- Rolą animatorki, ale przede wszystkim wolontariuszy (czyli osób o zróżnicowanym pochodzeniu etnicznym i kulturowym) w najbliższym czasie będzie przeciwdziałanie występowaniu zachowań potencjalnie ksenofobicznych – monitorowanie atmosfery wśród klientów sklepu i sygnalizowanie ewentualnej konieczności zastosowania działań zaradczych.
- Konieczny jest bardziej rygorystyczny sposób selekcji klientów korzystających ze sklepu społecznego długookresowo, szczególnie w stosunku do osób, które mają uregulowany status pobytowy (lub, z racji czasu zamieszkiwania w Polsce, powinny być go uregulować) i mogą korzystać z ustawowej pomocy społecznej.

	Gdańsk	Gdynia
<b>Profil osoby korzystającej</b>	Kobieta, 55 lat, jest gdańszczanką, bezrobotna, ma problemy zdrowotne, które ograniczają jej możliwość pracy. Mieszka i gospodaruje sama. Jej sytuacja jest ciężka i w najbliższym czasie trudno liczyć na jej poprawę. O Sklepie dowiedziała się od pracownika socjalnego MOPR. Oprócz korzystania ze wsparcia w Sklepie pobiera też różne świadczenia socjalne.	Kobieta, 35 lat, jest migrantką, Mieszka w Polsce od 2 lat. Ma regularną pracę, ale pracuje poniżej kwalifikacji – nie może pozwolić sobie na pracę na pełen etat ze względu na konieczność opieki nad dziećmi. Mieszka z mężem i dziećmi w wynajętym mieszkaniu w Gdyni. O Sklepie dowiedziała się od koleżanki, również migrantki. Oprócz Sklepu Społecznego nie korzysta z żadnego innego wsparcia i nie zwracała się o pomoc.
<b>Skąd dowiedziała się o Sklepie?</b>	Przez mojego opiekuna społecznego z MOPR-u  Nie pamiętam, ale na pewno z MOPR-u  Poszłam do pana radnego, on napisał mail do Banku Żywności, tak dostałam informację gdzie mam jechać, a potem poszłam do MOPS-u  Część rozmówców mówiła, że słyszała o sklepie od sąsiadów i znajomych, którzy również korzystają ze wsparcia – zwłaszcza mieszkańców Nowego Portu.	Od sąsiadki, ona też jest z Ukrainy Od kobiety, nasze dzieci chodzą do tej samej klasy Powiedziała mi znajoma Od żony kolegi z pracy męża Od koleżanki z pracy  2 osoby nie wiedziały (nie pamiętały) skąd, nikt nie wskazał internetu jako źródła.
<b>Czym jest dla niej Sklep?</b>	Koniecznością, pewnym źródłem jedzenia, na które inaczej nie mogłaby sobie pozwolić, pomaga zrobić zapasy, pozwala oszczędzić pieniądze.	W pierwszych miesiącach na emigracji był ogromnym wsparciem, potem jest uzupełnieniem codziennego funkcjonowania.
<b>Jakie ma potrzeby?</b>	Więcej dostępnych skierowań w roku, większa różnorodność produktów, zmniejszenie kolejek, wygodna „poczekalnia”.	Częstsze odbiory, np. raz w tygodniu (obecnie średnio raz w miesiącu), większy metraż pomieszczenia sklepowego, większy wybór produktów.
<b>Co jej przeszkadza?</b>	Wszystko, co powinno [się] poprawić w działaniu sklepiku to te kolejki. Stoi się godzinami i czasami nic nie wybiorę, bo nie ma.  Poprawić by trzeba ludzi korzystających ze sklepów, zbyt długo wybierają towar, tworzą się kolejki...  Jak tutaj się mówi „dzisiaj nic nie ma”, no to nieprawda.  Jest ok, może tylko [mogłoby być] więcej produktów.	Chciałbym przychodzić po żywność częściej niż raz w miesiącu.  Według mnie potrzeba więcej miejsca i częstsza możliwość wydawania produktów.

	<p><i>Żeby można było spokojnie usiąść [...] jakaś ławeczka dla niepełnosprawnych czy starszych osób.</i></p> <p><i>Większa ilość punktów oraz zwiększenie dostępności skierowań więcej niż 3 razy w roku.</i></p>	
<p><b>Co Klienci mówią o swoich wrażeniach?</b></p>	<p>Odpowiedzi z ankiet: „Sklep to bardzo duże wsparcie, inaczej nie miał(a)bym co jeść” (44%), „To ważne wsparcie” (44%).</p> <p><i>Ja bym nie miał żadnych uwag co do wyposażenia, ani co do udoskonalania tutaj w sklepie. Każdy znajdzie to, co chce.</i></p> <p><i>Tu nie ma być luksusowo, to jest „wszędł i wyszedł”. Nie patrzę na jakieś tam walory estetyczne w tym wypadku. Ten sklep ratuje budżet domowy, marny.</i></p>	<p>Odpowiedzi z ankiet: „To ważne wsparcie” (57%), „To przydatna pomoc, pozwala zaoszczędzić i zrobić zapasy” (29%). Tylko 11% ankietowanych zadeklarowało, że bez Sklepu nie miałyby co jeść (dla porównania: w Gdańsku 44%).</p> <p><i>Przyjemnie i miło, ale i trochę dziwnie, dlatego że nigdy niczego od nikogo nie dostawałam za darmo w kraju ojczystym.</i></p> <p><i>Sklep bardzo pomaga, jest bardzo ciężko na początku, jak się przyjeżdża do obcego kraju.</i></p> <p><i>To było ogromne wsparcie dla nas, po przeprowadzeniu się liczyliśmy każdą złotówkę, ale teraz jest już trochę łatwiej.</i></p> <p><i>Mieszkam trochę daleko, ale to mój problem. Żeby dostać darmowe jedzenie, mogę po nie jechać dłużej.</i></p> <p><i>„Wszystko, co darmowe, jest zawsze dobre”.</i></p>
<p><b>Jakie emocje budzi Sklep?</b></p>	<p><i>Najbardziej podoba mi się nastawienie pani Beaty i pani Ani do klientów. Czuję się komfortowo.</i></p> <p><i>Obsługa jest bardzo życzliwa, życiowa przede wszystkim.</i></p> <p><i>Za pierwszym razem w sklepie był taki pan, pamiętam, że dostałam tak dużo jedzenia, byłam taka szczęśliwa.</i></p> <p><i>Już chcę się uwolnić od tego, bo nie powiem, żebym się dobrze czuł przychodząc tu. Jakież mam inne ambicje. [...]</i></p> <p><i>Bardzo jestem zadowolona, miła obsługa jest, wszystko zadbane. Cieszę się, że można sobie wybrać towar, którego mnie nie stać na kupienie.</i></p>	<p><i>Pierwsza wizyta w sklepie to było jak światło na końcu tunelu.</i></p> <p><i>Tu zawsze można porozmawiać i uzyskać jakąś poradę. Pani Małgorzata i Pan Krzysztof [...] wiedzą o wszystkim, co się dzieje w moim życiu.</i></p> <p><i>Najbardziej miłe, co jest w tym wszystkim, jest to pani Małgorzata.</i></p> <p><i>Jestem bardzo wdzięczna za pomoc.</i></p>