

Звіт про зустріч

Тема: «Соціальні магазини для всіх» - обговорення ролі та майбутньої діяльності соціальних магазинів у Гдині.

Місце проведення: Гдиня, вул. Ловицька 51

Час: 27.03.2023, 17:30 - 19:30

Учасники: Згідно зі списком

Вступ:

27 березня 2023 року відбулася чергова зустріч у рамках проєкту «Соціальні магазини для всіх», присвячена обговоренню ролі соціальних магазинів у Гдині. На відміну від попередніх зустрічей, на яких були присутні зацікавлені сторони з певних груп (клієнти та покупці магазинів, соціальні працівники тощо), цього разу було запрошено широке коло зацікавлених сторін, яке включало людей з усіх груп, залучених до роботи соціальних магазинів.

На зустрічі були присутні клієнти соціального магазину, співробітники Центру соціального забезпечення в Гдині (МОПС), люди похилого віку - жителі районів Орлово і Редлово в Гдині. А також аніматор соціальних магазинів Гдині та представники офісу Банку продовольства.

Зустріч розпочалася з презентації, в якій обговорювали передумови створення соціальних магазинів, результати опитувань та інтерв'ю, проведених серед клієнтів соціальних магазинів у період з січня по березень 2022 року.

Наступну частину зустрічі було присвячено обговоренню висновків щодо презентації, а також бачення соціальних магазинів в очах різних груп зацікавлених сторін та обговоренню напряму, в якому мають розвиватися соціальні магазини, щоб якнайкраще задовольнити виражені потреби та бажання зацікавлених сторін.

Обговорення презентації та висновків за результатами опитувань

Презентація являє собою узагальнену добірку результатів опитувань та інтерв'ю, проведених серед покупців і зацікавлених сторін у соціальних магазинах у Гдині та одному із соціальних магазинів у Гданську. Результати були зведені в таблиці і представлені в графічному вигляді щодо магазинів в обох містах. Дані охоплювали як демографічну структуру груп покупців, так і індивідуальні почуття покупців щодо допомоги, одержуваної в громадських магазинах.

На основі отриманих результатів було підготовлено так звані «персони», тобто опис типових покупців-споживачів у Гданську і Гдині.

Було виявлено суттєві відмінності в образі покупців, які користуються соціальними магазинами у двох містах. У Гдині покупці, як правило, працездатного віку (понад 60% покупців), працюють, живуть із сім'єю. Клієнти в Гдині вважають, що вибір продуктів у магазинах відповідає їхнім потребам, а підтримка, що надається, є додатковою, хоча вони підкреслюють, що вона важлива для їхнього повсякденного функціонування.

Згідно зі статистичними даними, типовий покупець-споживач соціального магазину в Гдині (так звана персона) - це жінка, 35 років, емігрантка, яка живе в Польщі 2 роки. Вона має постійну роботу, але неповну зайнятість - вона не може дозволити собі роботу на повний робочий день через необхідність догляду за дитиною. Вона живе з чоловіком і дітьми в орендованій квартирі в Гдині. Про «Магазин» вона дізналася від подруги, теж емігрантки. Окрім громадської соціальної крамниці вона не користується жодною іншою підтримкою і не зверталася по іншу допомогу.

Відповідно, у Гданську клієнтами, як правило, є жінки передпенсійного віку або пенсіонерки/пенсіонерки, які не працюють, живуть самі. Під час опитувань та інтерв'ю клієнти магазину в Гданську частіше, ніж клієнти магазинів у Гдині, підкреслювали, що громадський магазин є для них основним джерелом постачання продуктів харчування.

Щодо потреб, то опитані в Гдині покупці наголосили, що насамперед хотіли б мати можливість забирати продукти частіше (наразі це відбувається 1-2 рази на місяць), окрім того, їх турбують тісні умови в соціальних магазинах. Деякі респонденти також запропонували збільшити різноманітність асортименту.

Опитані покупці з Гдині неодноразово наголошували на важливості магазину для людей, які починають життя в чужому середовищі, а також у чужій країні. У їхній ситуації емігранта, який починає життя з нуля, можливість отримати безкоштовну продовольчу допомогу була порятунком для їхнього сімейного бюджету. За результатами опитування можна зробити висновок, що магазин викликає однозначно позитивні емоції, до того ж значний внесок у це вносять співробітники магазину - як аніматорка, так і волонтери, які надають кваліфіковану, професійну і доброзичливу допомогу.

Обговорення та/або підбиття підсумків/висновки

На початку обговорення представник МОПСу в Гдині наголосив, що соціальні магазини - це місця продовольчої підтримки не лише для емігрантів, а й для всіх жителів Гдині, незалежно від національності, які потребують тимчасової підтримки з різних причин. Той факт, що більшість клієнтів соціальних магазинів є емігрантами, пояснюється юридичними та формальними умовами; люди іноземного походження, доки вони не отримують картку резидента або не змінять своє громадянство, не охоплені інституційною підтримкою. Створення таких місць, як соціальні магазини, дає змогу надавати невпинну підтримку тим, хто її найбільше потребує.

Клієнти соціального магазину, аніматор магазину та представники МОПСу в Гдині погодилися, що найбільшу роль у поширенні інформації про соціальні магазини та можливості отримання допомоги відіграє інформація, що надається напрямку або через канали соціальних мереж. Як наголосив представник літніх людей у Гдині, такий спосіб поширення інформації виключає людей з обмеженим доступом до цифрових пристроїв - особливо літніх людей - з групи людей, які можуть отримати інформацію про харчову допомогу, що надається в соціальних магазинах.

Заява представника літніх людей у Гдині стала прелюдією до дискусії про зміну профілю покупців. Згідно з інформацією, наданою аніматором соціальних магазинів у Гдині, можливістю тричі скористатися соціальним магазином дедалі частіше користуються звичайні жителі Гдині, особливо літні люди та представники молодих родин з маленькими дітьми. Висновок про зміну профілю клієнтів соціальних магазинів було узгоджено з представниками Банку продовольства, які наголосили, що постійні мешканці Гдині, як люди похилого віку, так і батьки молодих сімей з дітьми, дедалі частіше звертаються телефоном по харчову допомогу.

Під час дискусії було підкреслено роль соціальних магазинів як місць кризового втручання, що підтвердилося під час кризи біженців. Водночас, як клієнти соціальних магазинів, так і представники МОПСу в Гдині зазначили, що вони бачать роль соціального магазину здебільшого як місця для отримання продовольчої допомоги, де, окрім того, можна отримати актуальну інформацію щодо інших форм підтримки та допомоги, але вони очікували б на таку інформацію скоріше у вигляді плаката або листівки.

Викликають заклопотаність висловлювання клієнтів, наведені в анкетах та інтерв'ю, які цікавилися магазинами харчової допомоги лише через те, що продукти там безкоштовні, в той час як вони відверто зізнавалися, що інші форми допомоги їх не цікавлять, тому що наразі вони перебувають у значно кращій ситуації, ніж на початку

свого перебування в Польщі. Таке ставлення свідчить про необхідність більш суворого відбору клієнтів, які отримують допомогу першої та другої лінії. Це особливо важливо з огляду на те, що у зв'язку з поточною економічною ситуацією слід очікувати збільшення числа клієнтів соціальних магазинів з числа постійних жителів Гдині. Ця ситуація робить необхідним визначення чітких правил застосування пріоритету для клієнтів соціальних магазинів, а також перевірку їхніх фактичних потреб і, можливо, регулювання періоду, протягом якого можна користуватися магазинами. Деякі з клієнтів соціальних магазинів - це люди, які врегулювали або мали можливість врегулювати свій статус проживання і могли б почати отримувати встановлену законом соціальну допомогу. Скорочення кількості довгострокових користувачів соціального магазину дало б змогу збільшити частоту роздач для наявних клієнтів соціального магазину і включити до числа постійних мешканців Гдині, які заявляють про таку потребу, особливо літніх людей, людей, які ведуть самотнє господарство, і молодих сімей.

Були відзначені такі висновки і коментарі з обговорення:

- 1) Люди мають бути більш активно включені в канали комунікації щодо соціальні магазини, приділяючи особливу увагу літнім людям Гдині, до яких навіть не дійшла інформація про існування соціальних магазинів.
- 2) Нам необхідно підготуватися до зміни профілю покупця соціального магазину внаслідок підвищення інтересу до пропозиції соціального магазину серед постійних мешканців Гдині, особливо людей похилого віку та молодих сімей.
- 3) Магазин має діяти як інформаційний пункт, але тільки як напрямок до місць, де можна отримати адресну допомогу. Тому клієнти віддають перевагу інформації у вигляді листівок та/або плакатів, а не консультаціям.

Роль аніматора, але насамперед волонтерів (тобто людей різного етнічного та культурного походження) у найближчому майбутньому полягатиме у протидії виникненню потенційно ксенофобної поведінки - відслідковуватиме атмосферу серед клієнтів крамниці й сигналізуватиме про можливу необхідність вжиття заходів для виправлення ситуації.

Потрібен ретельніший відбір клієнтів, які користуються послугами соціального магазину на довгостроковій основі, особливо щодо тих, хто врегулював свій статус проживання (або, у зв'язку з тривалістю проживання в Польщі, повинен був це зробити) і може користуватися встановленою законом соціальною допомогою.

	Гданськ	Гдиня
Профіль користувача	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.
Як вона дізналася про Крамницю?	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.
Чим для неї є Крамниця?	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.
Які потреби/рекомендації вона має?	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.
Що її турбує?	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.	Хотілося б приходити за їжею частіше, ніж раз на місяць. На мою думку, потрібно більше місця і частіше видавати продукти.

	<p>Щоб можна було спокійно посидіти/лавочку для людей з інвалідністю чи людей похилого віку.</p> <p>Більше точок і збільшити кількість направлень більше, ніж 3 рази на рік.</p>	
<p>Що кажуть клієнти про свої враження?</p>	<p>Відповіді респондентів: «Магазин - це дуже велика підтримка, інакше мені не було б що їсти» (44%), «Це важлива підтримка» (44%).</p> <p>У мене немає жодних зауважень щодо обладнання чи покращення тут, у магазині. Кожен знаходить те, що хоче.</p> <p>Тут не повинно бути розкоші, це «туди-сюди». Я не дивлюся на якісь естетичні якості в цьому випадку. Ця крамниця економить сімейний бюджет, мізерний.</p>	<p>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).</p> <p>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.</p> <p>Це була величезна підтримка для нас, після переїзду ми рахували кожна копійку, але зараз трохи легше.</p> <p>Я живу трохи далеко, але це моя проблема. Щоб отримати безкоштовну їжу, я можу довше їхати за нею.</p> <p>«Все безкоштовне - це завжди добре».</p>
<p>Які емоції викликає крамниця?</p>	<p>Найбільше мені подобається ставлення пані Беати та пані Ані до клієнтів. З ними я почувуюся комфортно.</p> <p>Персонал дуже доброзичливий, перш за все, життєлюбний.</p> <p>Коли вперше в магазині з'явився чоловік, пам'ятаю, я отримала стільки їжі, що була така щаслива.</p> <p>Я вже хочу піти від цього, тому не скажу, що мені приємно сюди приходити. Якось у мене інші амбіції.</p> <p>Я дуже задоволений, обслуговування приємне, про все подбали. Я задоволений, що можна вибрати для себе товари, які я не можу собі дозволити купити.</p>	<p>Перший візит до магазину був як світло в кінці тунелю.</p> <p>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.</p> <p>Я дуже вдячна їм за допомогу.</p>