



Słupsk



Program
Fundusz Inicjatyw
Obywatelskich
na lata 2014-2020
FIO

BADANIE AKTYWNOŚCI SPOŁECZNEJ I OBYWATELSKIEJ ORAZ EKONOMIZACJI SEKTORA POZARZĄDOWEGO W SŁUPSKU

RAPORT

CENTRUM INICJATYW OBYWATELSKICH
AL. SIENKIEWICZA 19, 76-200 SŁUPSK
www.cio.slupsk.pl

Słupsk, grudzień 2019

Zadanie „Solidarność ekonomiczna” współfinansowane ze środków otrzymanych od Narodowego Instytutu Wolności - Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego w ramach Programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich

SPIS TREŚCI

1. Metodologia	3
2. Aktywność społeczna i obywatelska w Słupsku – desk research	4
2.1. Frekwencja wyborcza.....	4
2.2. Aktywność mieszkańców w organizacjach pozarządowych.....	4
2.3. Wspieranie działalności społecznej mieszkańców przez instytucje publiczne.....	5
2.3.1. Programy współpracy Słupska z organizacjami pozarządowymi	5
2.3.2. Słupski Budżet Obywatelski	6
2.3.3. Fundusz wkładów własnych.....	6
2.3.4. Regranting.....	6
2.3.5. Fundusz pożyczkowy.....	6
2.3.6. Akumulator Społeczny	7
2.3.7. Podmioty działające na rzecz rozwoju NGO	7
2.4. Aktywność mieszkańców przejawiająca się w akcjach społecznych, zbiórkach publicznych, itp.....	8
2.4.1. Inicjatywy grup nieformalnych	8
2.4.2. Udział mieszkańców w realizacji Inicjatywy Lokalnej	8
2.4.3. Zaangażowanie mieszkańców w działalność zespołów opiniodawczo-doradczych.....	8
3. Ekonomizacja sektora pozarządowego w Słupsku	9
4. Potencjał współpracy sektora pozarządowego z biznesem	11
4.1. Dotychczasowa współpraca przedsiębiorstw z organizacjami	11
4.2. Możliwości współpracy lokalnych organizacji z biznesem	13
4.2.1. Zasoby, jakimi firmy chcą się dzielić	13
4.2.2. Preferowane formy pomocy	14
4.2.3. Rodzaje działań preferowanych do wsparcia przez lokalny biznes.....	15
4.2.4. Grupy docelowe możliwe do wsparcia przez sektor biznesowy	16
4.2.5. Wartość środków finansowych jakie firmy mogą przeznaczyć na cele społeczne.....	18
5. Wzór kwestionariusza wywiadu	20
6. Źródła danych	23

1. METODOLOGIA

Centrum Inicjatyw Obywatelskich w Słupsku realizuje zadania związane z rozwojem trzeciego sektora. Swoje zadania wdraża głównie w Słupsku oraz w subregionie Słupskim, jednak uczestniczy również aktywnie w działaniach na szczeblu Województwa Pomorskiego oraz w kraju. Jednym z projektów zainicjowanych przez Centrum Inicjatyw Obywatelskich jest projekt „Solidarność Ekonomiczna”, dofinansowany ze środków Programu Operacyjnego Fundusz Inicjatyw Obywatelskich. W ramach projektu założono realizację badania w zakresie aktywności społecznej i obywatelskiej oraz ekonomizacji sektora pozarządowego w Słupsku. W toku wdrażania projektu przeprowadzono szereg rozmów z przedstawicielami lokalnych NGO, w tym w szczególności lokalnych przedsiębiorstw społecznych, jak również z przedstawicielami Miasta Słupsk, będącego partnerem w realizacji projektu, a także z przedstawicielami lokalnych firm. W wyniku tych dyskusji i rozmów ustalono, iż:

- istnieją w zasobach Miasta dokumenty diagnostyczne pozwalające na ocenę aktywności społecznej i obywatelskiej w Słupsku
- dotychczasowe badania dotyczące ekonomizacji sektora pozarządowego ograniczały się do badań wśród przedstawicieli sektora pozarządowego
- potencjał ekonomiczny sektora pozarządowego w znacznym stopniu zależy od możliwości współpracy z innymi sektorami
- wzajemna znajomość sektora pozarządowego i publicznego, a w szczególności pozarządowego i biznesowego jest bardzo ograniczona.

Wobec powyższych ustaleń przyjęto następujące cele i metodologię badania:

1. Cel 1: ocena aktywności społecznej i obywatelskiej w Słupsku.
Przyjęto analizę desk research jako metodę badania, pozwalającą na podsumowanie najważniejszych danych o stanie trzeciego sektora w Słupsku. Desk research to metoda realizacji badań „zza biurka”, która polega na poszukiwaniu informacji i poddanie analizie źródeł wtórnych, które w postaci spisanej istnieją w wielu rodzajach dokumentów, bazach danych, internecie, raportach z badań i sprawozdaniach. W toku analizy oparto się głównie na źródłach danych udostępnionych przez partnera – Miasto Słupsk.
2. Cel 2: ocena potencjału współpracy sektora pozarządowego z lokalnymi przedsiębiorcami.
Przyjęto metodę wywiadu kwestionariuszowego standaryzowanego. Metoda ta polega na uzyskiwaniu danych poprzez zadawanie pytań na podstawie specjalnie przygotowanego kwestionariusza. Wzór kwestionariusza znajduje się w rozdziale piątym. Odpowiedzi zbierali ankieterzy (pracownicy CIO) od respondentów, których próbę zidentyfikowano w oparciu o przygotowaną przez CIO bazę danych przedsiębiorców o znaczącym potencjale w lokalnym środowisku. Próba badawcza obejmowała 44 przedsiębiorców, a odpowiedzi uzyskano od 30 respondentów.
3. Cel 3: ocena potencjału współpracy sektora pozarządowego z podmiotami publicznymi w realizacji zamówień publicznych.
Przyjęto, iż ten cel badawczy zostanie zrealizowany w diagnozie w roku 2020.

W realizacji badania uczestniczył zespół CIO w składzie:

- Inga Kawałek – opracowanie metodologii i narzędzi badawczych, opracowanie raportu
- Patrycja Czawłytko – udział w opracowaniu narzędzi badawczych, prowadzenie wywiadów
- Tomasz Keler – udział w opracowaniu narzędzi badawczych, prowadzenie wywiadów
- Sonia Hilarecka – udział w opracowaniu narzędzi badawczych, prowadzenie wywiadów
- Aleksandra Barańska – udział w opracowaniu narzędzi badawczych, prowadzenie wywiadów
- Ada Bartczak – udział w opracowaniu narzędzi badawczych, prowadzenie wywiadów
- Agnieszka Telakowska – udział w opracowaniu narzędzi badawczych, prowadzenie wywiadów
- Grażyna Bolewska – udział w opracowaniu narzędzi badawczych

W opracowaniu koncepcji badania oraz konsultacjach narzędzi badawczych uczestniczyli również przedstawiciele lokalnych organizacji pozarządowych, za co serdecznie dziękujemy.

Aktywność obywatelska jest istotnym czynnikiem wpływającym na rozwój lokalny.

Zaangażowanie obywateli w życie publiczne pozwala na wspólne kształtowanie lokalnej polityki, zwiększa szanse na podejmowanie dobrych decyzji o rozwoju przez lokalną wspólnotę. Najczęściej aktywność lokalną mierzy się w oparciu o takie czynniki jak:

- 1) frekwencja wyborcza
- 2) aktywność mieszkańców w ramach organizacji pozarządowych
- 3) wspieranie działalności społecznej mieszkańców przez instytucje publiczne.
- 4) aktywność mieszkańców przejawiająca się w akcjach społecznych, zbiórkach publicznych, itp..

2.1. FREKWENCJA WYBORCZA

Frekwencja wyborcza Słupszczyzan w wyborach samorządowych w roku 2018 wyniosła 47,67% i była znacznie niższa niż frekwencja w Polsce (54,90%) oraz na Pomorzu (55,80%). Obiecująco wyglądają dane z wyborów do Parlamentu Europejskiego - frekwencja wyborcza w Słupsku wyniosła 47,58% i była wyższa niż frekwencja na Pomorzu (47,24%) i w Polsce (45,68%).

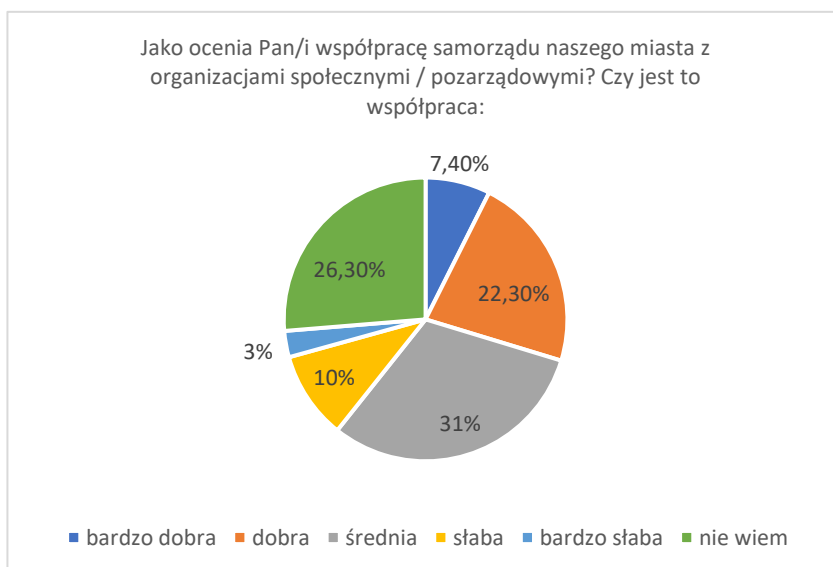
2.2. AKTYWNOŚĆ MIESZKAŃCÓW W ORGANIZACJACH POZARZĄDOWYCH

Trzeci sektor rozwija się w Słupsku dynamicznie – na przestrzeni lat 2012 – 2019 liczba organizacji pozarządowych wzrosła z 386 do 474. Spośród 474 organizacji 19 (4%) to stowarzyszenia zwykłe, zaś 8%, tj. 38 organizacji posiada status organizacji pożytku publicznego.

W badaniu przeprowadzonym przez Miasto Słupsk w roku 2019 na pytanie „Czy działa Pani/Pan w jakiejś lokalnej organizacji społecznej/pozarządowej?” twierdząco odpowiedziało 18,7% respondentów, zaś przecząco 81,3% (źródło: Raport z badania dotyczącego warunków życia i jakości usług publicznych w Mieście Słupsku, lipiec 2019, Miasto Słupsk).

W Słupsku istnieje wiele narzędzi i instrumentów wspierających aktywność mieszkańców i mieszanek. Dzięki aktywności licznych organizacji pozarządowych narzędzia te są efektywnie wykorzystywane i odpowiadają na ich potrzeby. Jednocześnie należałoby zauważyć, że udział samych mieszkańców w działalności tychże organizacji nie jest szczególnie wysoki. Pomimo tego, że większa część mieszkańców ocenia współpracę samorządu z NGO pozytywnie (29,7% ocen pozytywnych, 13% ocen negatywnych), to wciąż 26,3% ankietowanych nie potrafi ocenić jakości tej współpracy, co pozwala domniemywać, iż nic na ten temat nie wiedzą.

Źródło: Raport z badania dotyczącego warunków życia i jakości usług publicznych w Mieście Słupsku, 2019



2.3.1. PROGRAMY WSPÓŁPRACY SŁUPSKA Z ORGANIZACJAMI POZARZĄDOWYMI

Budżet programów współpracy Miasta Słupska z organizacjami pozarządowymi sukcesywnie wzrasta na przestrzeni ostatnich 8 lat i w 2019 roku wyniósł 4.945.044,59 zł. Począwszy od 2004 roku, przez Radę Miejską w Słupsku uchwalane są wieloletnie i roczne programy współpracy z organizacjami pozarządowymi. Programy te określają obszary i zasady oraz formy współpracy Gminy Miejskiej Słupsk z organizacjami pozarządowymi, a także zawierają wykaz zadań priorytetowych, stanowiących podstawę dla władz Słupska do dysponowania środkami publicznymi, przeznaczonymi na finansowanie lub dofinansowanie zadań publicznych, pozostających we właściwości samorządu, a realizowanych przez organizacje pozarządowe.

W latach 2004-2015 programy współpracy były tworzone przez Urząd Miejski w Słupsku w konsultacji z organizacjami. Natomiast Wieloletni program współpracy Miasta Słupska z organizacjami pozarządowymi na lata 2016-2020 oraz roczny program współpracy Miasta Słupska z organizacjami pozarządowymi na 2016 r. po raz pierwszy zostały zlecone (w formie konkursu ofert) do przygotowania samym organizacjom pozarządowym. Konkurs wygrał projekt „Pozarządówka rządzi” konsorcjum organizacji: Centrum Inicjatyw Obywatelskich, Integracyjny Klub Sportowy „Zryw”, Fundacja Indywidualnego Rozwoju Osób Niepełnosprawnych Progresja oraz Stowarzyszenie Dom na Rozstaju Kultur i Religii. W roku 2017 projekt był kontynuowany przez samo Centrum Inicjatyw Obywatelskich, zaś w latach 2018-2019 projekt kontynuują Centrum Inicjatyw Obywatelskich i Fundacja Indygo.

Na przestrzeni lat budżet programów współpracy Miasta Słupska z organizacjami pozarządowymi stopniowo wzrastał, między rokiem 2014 a 2018 zwiększył się o ponad 1 milion 600 tys. złotych i osiągnął poziom prawie 4,9 mln zł. Jest to wynik zarówno wzrastającej liczby organizacji pozarządowych w mieście, jak również odpowiedzi Miasta na te rosnące potrzeby. Liczba ofert składanych przez organizacje w konkursach miejskich wzrasta, podobnie jak liczba umów o udzielenie dotacji, zarówno tych rocznych, jak i wieloletnich, i tak liczba złożonych ofert (z uwzględnieniem inicjatywy lokalnej) w latach 2014-2018 wzrosła ze 196 do 241 (wzrost o 23%), liczba dofinansowanych projektów z 147 do 170. W latach 2014-2018 około 35% środków przeznaczanych z budżetu miasta na realizację programów współpracy z NGO wydatkowana jest na zadania z obszaru kultury fizycznej i sportu, około 20% na zadania dotyczące profilaktyki i rozwiązywania problemów alkoholowych i przemocy w rodzinie oraz rehabilitacji zawodowej i społecznej niepełnosprawnych. Wzrastają wydatki dedykowane zadaniom z obszaru ekologii i ochrony zwierząt oraz ochrony dziedzictwa przyrodniczego (w latach 2014-2018 wzrost dziesięciokrotny) oraz zadaniom z zakresu polityki społecznej (w latach 2014-2018 wzrost o blisko 70%). W wieloletnim programie współpracy Słupska z organizacjami na lata 2016-2020 wydzielono również środki finansowe przeznaczone na zadania na rzecz współpracy i organizacji pozarządowych oraz społeczności lokalnej, zadania na rzecz seniorów i senierek oraz związane z promocją i organizacją wolontariatu czy wspomagające rozwój demokracji i rozwój gospodarczy.

Miasto Słupsk współpracuje z organizacjami także w formach pozafinansowych. Współpraca ta przyjmuje następujący charakter:

- tworzenie wspólnych zespołów o charakterze doradczym i inicjatywnym, złożonych z przedstawicieli organizacji pozarządowych oraz przedstawicieli sektora publicznego.
- użyczenie sprzętu, udostępnianie sal na potrzeby spotkań, pomieszczeń na siedzibę/biuro, użyczenie lokali na preferencyjnych warunkach w trybie bezprzetargowym - w roku 2018 z sal SCOPIES skorzystało ponad 55 organizacji, a siedzibę w SCOPIES ma blisko 30 NGO)
- promowanie przez Miasto działalności organizacji pozarządowych (w tym poprzez Patronat nad wydarzeniami NGO - w 2018 roku objęto patronatem 24 wydarzenia organizacji pozarządowych podmioty)
- prowadzenie i udostępnianie elektronicznej bazy danych o organizacjach pozarządowych i innych podmiotów działających na terenie Miasta.
- prowadzenie Słupskiego Centrum Organizacji Pozarządowych i Ekonomii Społecznej.

2.3.2. SŁUPSKI BUDŻET OBYWATELSKI

Słupski Budżet Obywatelski jest narzędziem służącym zwiększeniu partycypacji społecznej mieszkańców/nek Miasta. Daje on mieszkańcom możliwość zgłaszania projektów – zarówno infrastrukturalnych jak i „projektów miękkich” zgodnych z ich potrzebami, W Słupsku wyznaczono 4 okręgi, w których proponuje się przedsięwzięcia do realizacji oraz głosuje na najbardziej pożądane przez mieszkańców/nki propozycje. Wysokość środków w Słupskim Budżecie Partycypacyjnym utrzymywał się przez kilka ostatnich lat na stałym poziomie 2 milionów złotych, ale w latach 2019 pula środków została zwiększona do kwoty 2,6 mln zł zaś w 2020 wzrósł do kwoty blisko 2,9 mln zł. Na kształt budżetu i sposób podziału środków Słupskiego Budżetu Obywatelskiego wpływ mają sami mieszkańcy – w wyniku konsultacji regulaminu i podziału środków finansowych oraz ewaluację każdego etapu realizacji budżetu wprowadzane są zmiany, które powodują lepsze dostosowanie tego narzędzia do oczekiwań społecznych. Liczba projektów zgłaszanych w ramach Słupskiego Budżetu Obywatelskiego wzrasta, jak również rośnie liczba mieszkańców biorących aktywny udział w głosowaniu. Na przestrzeni lat liczba głosujących wzrosła dwu-trzykrotnie, osiągając najwyższą liczbę w roku 2018, tj. ponad 21 tys. mieszkańców (głosowanie dotyczyło budżetu na rok 2019).

2.3.3. FUNDUSZ WKŁADÓW WŁASNYCH

Dotacje udzielane w ramach Programów współpracy z NGO, w Słupsku dla organizacji dostępny jest także Fundusz wkładów własnych. Celem funduszu jest wspieranie organizacji pozyskujących środki finansowe „z zewnątrz”, zmniejszając ich wysiłek finansowy w ten sposób. Środki z funduszu wkładów własnych otrzymują organizacje uczestniczące w otwartym konkursie ofert na wsparcie realizacji zadań publicznych, na realizację których pozyskały środki z innych źródeł. W roku 2018 Miasto Słupsk dofinansowało 9 projektów organizacji współfinansowane ze źródeł zewnętrznych kwotą ponad 65 tys. zł.

2.3.4. REGRANTING

W wieloletnim programie współpracy Miasta Słupska z organizacjami pozarządowymi na lata 2016-2020 wprowadzono 2 nowe instrumenty finansowe dla organizacji pozarządowych – jednym z nich jest Miejski Program Regrantingowy. W jego ramach organizacja lub grupa nieformalna może otrzymać grant w wysokości do 5 000 zł, biorąc udział w otwartym konkursie ofert realizowanym przez operatora programu. W latach 2016-2019 Centrum Inicjatyw Obywatelskich było operatorem 5 konkursów regrantingowych współfinansowanych ze środków Miasta Słupsk w wysokości 75.000,00 zł (łącznie wartość projektów wyniosła 120.640 zł), z których dofinansowano łącznie 27 przedsięwzięć lokalnych, w tym:

- granty dla słupskich NGO o wartości 16.200 zł (dotacja UM Słupsk – 10.000 zł) – w ramach konkursu udzielono grantów na 8 przedsięwzięć, łączna wartość dotacji dla organizacji wyniosła 12.800 zł,
- konkurs grantowy "EKO-GRANT" o wartości 24.400 zł (dotacja UM Słupsk – 20.000 zł) – w ramach konkursu udzielono grantów na 3 przedsięwzięcia, łączna wartość dotacji dla organizacji wyniosła 11.130 zł,
- konkurs grantowy na rzecz zwierząt o wartości 24.400 zł (dotacja UM Słupsk – 20.000 zł) – w ramach konkursu udzielono grantów na 3 przedsięwzięcia, łączna wartość dotacji dla organizacji wyniosła 13.999 zł.
- konkurs grantowy dla słupskich organizacji - Akumulator Społeczny 2017 o wartości 38.590 zł (dotacja UM Słupsk – 10.000 zł) - udzielono grantów na 3 przedsięwzięcia, łączna wartość dotacji dla organizacji wyniosła 8.989 zł (przedsięwzięcie było także współfinansowane ze środków Programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich, łącznie dofinansowano 8 projektów),
- konkurs grantowy SPLOTY POKOLENIOWE o wartości 17.050 zł (dotacja UM Słupsk – 15.000 zł) - udzielono grantów na 5 przedsięwzięć, łączna wartość dotacji dla organizacji wyniosła 14.000 zł.

2.3.5. FUNDUSZ POŻYCZKOWY

Słupsk oferuje również pożyczki na realizację projektów dofinansowanych ze środków zewnętrznych. Organizacje korzystające z pożyczek muszą mieć siedzibę na terenie Miasta. W roku 2018 Miasto przeznaczyło na ten cel 10 tys. zł, ale żadna z organizacji nie skorzystała z tego instrumentu.

2.3.6. AKUMULATOR SPOŁECZNY

Jedną ze skutecznych metod pobudzania aktywności społecznej Pomorzan jest Fundusz Akumulator Społeczny. Mogą z niego skorzystać organizacje pozarządowe oraz grupy nieformalne, działające na pr bono. Operatorem funduszu jest porozumienie pomorskich organizacji pozarządowych (w Słupsku i Powiecie Słupskim jest to Centrum Inicjatyw Obywatelskich). Akumulator Społeczny zasilany jest środkami Funduszu Inicjatyw Obywatelskich oraz środkami z budżetu Miasta Słupska i planuje się aby także zasilął go budżet Powiatu Słupskiego. W ramach Akumulatora można pozyskać dofinansowanie:

- Minigrant do 500 zł na inicjatywę,
- Grant do 5000 zł na działania ze sfery pożytku publicznego,
- Grant do 5000 zł na wsparcie młodej organizacji pozarządowej.

Dofinansowane przez Akumulator Społeczny projekty dotyczą m.in. rozwoju oferty kulturalnej, promowania dziedzictwa kulturowego i historycznego miasta i regionu, promowania kultury fizycznej i sportu, profilaktyki zdrowotnej, aktywizacji społecznej osób niepełnosprawnych, organizacji czasu wolnego, itp.

W latach 2014-2018 Fundusz Akumulator Społeczny pozwolił na osiągnięcie następujących rezultatów w odniesieniu do Miasta Słupsk i Powiatu Słupskiego:

- złożono 320 wniosków o dofinansowanie, udzielono 93 dotacje na działania oraz 15 dotacji na rozwój instytucjonalny organizacji,
- przeznaczono 260.000 zł na inicjatywy społeczne,
- przeprowadzono 10 szkoleń dla grantobiorców, 16 spotkań informacyjnych, 40 spotkań animacyjnych, 5 spotkań sieciujących.

Akumulator Społeczny wywiera istotny wpływ na rozwój pomorskiego sektora pozarządowego - pozwala na wsparcie rozwój zarówno grup nieformalnych, w tym samopomocowych jak również umożliwia wzrastanie młodych pomorskich organizacji pozarządowych i zwiększenie ich efektywności w realizacji inicjatyw w sferze pożytku publicznego.

2.3.7. PODMIOTY DZIAŁAJĄCE NA RZECZ ROZWOJU NGO

W Słupsku istnieje kilka podmiotów, które wspomagają działalność organizacji pozarządowych, w tym podmiotów ekonomii społecznej. Są to głównie Centrum Inicjatyw Obywatelskich w Słupsku oraz Słupskie Centrum Organizacji Pozarządowych i Ekonomii Społecznej.

Centrum Inicjatyw Obywatelskich jest stowarzyszeniem z 25-letnim doświadczeniem, działającym na rzecz rozwoju trzeciego sektora i inicjatyw obywatelskich. Swoje cele realizuje na szereg różnych sposobów – m.in. organizując szkolenia, prowadząc usługi doradcze, wspierając organizacje w sprawach finansowych, itp. W znacznej mierze działalność CIO dotyczy obszarów na styku NGO i sektor publiczny, a w ostatnim czasie również na styku NGO i środowiska biznesowe. CIO tworzy przestrzeń debaty, pozyskuje opinie społeczności lokalnej o najważniejszych sprawach miasta, prowadząc i zlecając badania społeczne, sondażowe, organizując wydarzenia sprzyjające wymianie doświadczeń i opinii, itp... CIO prowadzi także Ośrodek Wsparcia Ekonomii Społecznej w subregionie słupskim, wspólnie z partnerami LGD Partnerstwo Dorzecze Słupi oraz Słowińską Grupą Rybacką.

Słupskie Centrum Organizacji Pozarządowych i Ekonomii Społecznej. Od 2013r. w Słupsku funkcjonuje prowadzone przez Miasto Słupsk Słupskie Centrum Organizacji Pozarządowych i Ekonomii Społecznej. Oferuje ono wsparcie dla organizacji pozarządowych i podmiotów ekonomii społecznej, działających na rzecz mieszkańców Miasta w postaci doradztwa, konsultacji a także oferując dostęp do infrastruktury. Organizacje mogą skorzystać zarówno z części biurowej oraz z trzech sal szkoleniowych z możliwością połączenia ich w jedną salę konferencyjną. Budynek SCOPIES jest dostosowany do potrzeb osób niepełnosprawnych – mieści się tu winda oraz napisy w języku Braille'a. Centrum jest wyposażone w sprzęt komputerowy, teleinformatyczny, urządzenia multimedialne oraz sprzęt i urządzenia biurowe. Centrum wspiera również grupy nieformalne i indywidualnych mieszkańców Słupska w realizacji wydarzeń na rzecz środowiska lokalnego, w tym w formule inicjatywy lokalnej. Z infrastruktury SCOPIES w roku 2018 skorzystało 55 organizacji poprzez korzystanie z dostępności sal na swoje cele, zaś siedzibę swoją posiada tam 27 organizacji pozarządowych.

2.4. AKTYWNOŚĆ MIESZKAŃCÓW PRZEJAWIAJĄCA SIĘ W AKCJACH SPOŁECZNYCH, ZBIÓRKACH PUBLICZNYCH, ITP.

2.4.1. INICJATYWY GRUP NIEFORMALNYCH

Jednym ze wskaźników aktywności obywatelskiej jest liczba inicjatyw podejmowanych przez grupy nieformalne, takie jak np. kluby seniora, grupy hobbyistyczne, grupy sąsiedzkie. W Słupsku funkcjonują stałe grupy nieformalne, takie jak np. grupy hobbyistyczne działające w ramach SOK po godzinach (modelarze, rekonstruktorzy, rękodzielnicy, itp., młodzieżowa orkiestra Słupska Sinfonietta, grupa Witkacy Cacy Cacy odpowiadająca za przestrzenną galerię reprodukcji Witkacego, itp.). Widoczne jest zaangażowanie mieszkańców w inicjatywy charytatywne – w 2019 roku odbyły się głośne koncerty charytatywne – na rzecz Fundacji Przystań z udziałem Olgi Bończyk, koncert na rzecz odbudowy domu po pożarze Ireneusza Borkowskiego – znanego działacza społecznego w Słupsku, akcja na rzecz Kuby Chmielowca, i wiele innych.

2.4.2. UDZIAŁ MIESZKAŃCÓW W REALIZACJI INICJATYWY LOKALNEJ

Inicjatywa lokalna jako narzędzie partycypacyjne dostępne dla mieszkańców Słupska jest wykorzystywane stosunkowo efektywnie. Angażują się bowiem oni w projekty porządkowania przestrzeni miejskiej i w takie przedsięwzięcia, które wynikają z ich bezpośrednich potrzeb. Na początku roku miasto ogłasza otwarty nabór wniosków, w którym mieszkańcy/nki deklarują gotowość zaangażowania społecznego w konkretną inicjatywę, określając precyzyjnie potrzebę, kwotę, którą chcieliby otrzymać na przeprowadzenie zaplanowanych działań, itp. Wnioski po dokonaniu oceny przez komisje wybierane są do realizacji. Dzięki temu w latach 2014-2018 wysokość środków przeznaczonych na realizację inicjatyw lokalnej wyniosły:

- w roku 2014 - 119.980 zł (złożono 6 wniosków, zawarto 5 umów)
- w roku 2015 - 100.000 zł (złożono 15 wniosków, zawarto 11 umów)
- w roku 2016 - 100.000 zł (złożono 9 wniosków, zawarto 8 umów)
- w roku 2017 - 100.000 zł (złożono 16 wniosków, zawarto 10 umów)
- w roku 2018 – 85.405 zł (złożono 11 wniosków, zawarto 8 umów).

2.4.3. ZAANGAŻOWANIE MIESZKAŃCÓW W DZIAŁALNOŚĆ ZESPOŁÓW OPINIODAWCZO-DORADCZYCH

W Słupsku istnieje kilka organów doradczych wspierających Miasto Słupsk w różnych obszarach. Jednym z takich organów wspierających Miasto we współpracy z organizacjami pozarządowymi jest *Słupska Rada Działalności Pożytku Publicznego*. Rada została powołana Zarządzeniem Prezydenta Miasta Słupska w listopadzie 2015r., a od 2019 roku w jej skład wchodzi:

- 11 przedstawicieli/lek słupskich NGO
- 2 przedstawicieli/lek Rady Miejskiej
- 4 przedstawicieli/lek Prezydent Miasta.

Do głównych zadań Rady należy m.in.: wyrażanie opinii na temat dokumentów strategicznych Miasta, opiniowanie projektów uchwał i aktów prawa miejscowego dotyczących sfery zadań publicznych oraz współpracy z organizacjami pozarządowymi, udzielanie pomocy i wyrażanie opinii w przypadku sporów między organami administracji publicznej a organizacjami oraz w sprawach dotyczących zadań publicznych, w tym zlecenia tych zadań do realizacji przez organizacje pozarządowe.

Od czerwca 2015r. funkcjonuje także *Rada Organizacji Pozarządowych*, a obecnie w jej skład wchodzi 7 przedstawicieli/lek organizacji działających na terenie Słupska.

W Słupsku ponadto działa *Słupska Rada Kobiet*, zrzeszająca głównie słupszczanki, które chcą działać na rzecz Miasta i jego mieszkańców reprezentujące różne środowiska – samorządowe, pozarządowe oraz sektor prywatny. Aktualnie SRK składa się z 11 członkiń. Do jej zadań należy m.in. analiza polityki Miasta pod względem potrzeb i oczekiwań kobiet, wyrażanie opinii na temat dokumentów strategicznych Miasta, opiniowanie projektów uchwał i aktów prawa miejscowego dotyczących wszystkich obszarów bezpośrednio i pośrednio dotyczących sytuacji kobiet w Mieście oraz równouprawnienia, wspieranie organizacji akcji

społecznych oraz imprez podejmujących tematy kobiece oraz równouprawnienia, monitorowanie działań Miasta pod kątem realizowania polityki rodzinnej (m.in. udzielanego wsparcia, itp.

Dodatkowo, istnieje w *Słupsku Młodzieżowa Rada Miejska*, zrzeszająca aktualnie 23 radnych wybieranych w wyborach tajnych i bezpośrednich spośród uczniów szkół ponadgimnazjalnych znajdujących się w mieście Słupsk na 2 letnią kadencję. Do głównych celów Rady należy: zachęcenie słupskiej młodzieży do aktywnego udziału w życiu publicznym i społecznym, promowanie działań mających na celu walkę z dyskryminacją oraz wykluczeniem społecznym młodzieży, wspieranie projektów służących integracji słupskiej młodzieży, w szczególności projektów skierowanych na aktywne spędzanie wolnego czasu lub rozwój edukacyjny i kulturalny, rozwój aktywności młodzieży poprzez udział w samorządności lokalnej, umożliwienie młodzieży realnego wpływu na działania władz miasta dotyczącego polityki młodzieżowej poprzez m.in. przedstawianie opinii na temat projektów uchwał Rady Miejskiej, itp.

Słupska Rada Kultury jest organem opiniotwórczo - doradczym Prezydenta Miasta Słupska w sprawach dotyczących kultury i wspiera Prezydenta Miasta Słupska w realizacji przedsięwzięć mających na celu rozwój kulturalny na terenie Miasta Słupska. Do jej zadań należy w szczególności: opiniowanie strategii rozwoju Miasta Słupska w zakresie kultury, opiniowanie projektów budżetu Miasta Słupska w części dotyczącej kultury, opiniowanie strategicznych projektów i programów kulturalnych oraz wydarzeń artystycznych w mieście Słupsku, inicjowanie dialogu na temat rozwoju kultury, w tym w zakresie kierunków i priorytetów polityki kulturalnej Miasta Słupska, inicjowanie i wspieranie przedsięwzięć w zakresie kultury i sztuki oraz szeroko rozumianej edukacji kulturalnej, inicjowanie i wspieranie przedsięwzięć i działań promocji Miasta Słupska w oparciu o działania kulturalne, inicjowanie i wspieranie przedsięwzięć wspomagających działania słupskiego środowiska twórczego, diagnozowanie stanu kultury na terenie Miasta Słupska. W skład Rady Kultury wchodzi obecnie: 7 przedstawicieli/lek publicznych instytucji kultury, 3 animatorów kultury, przedstawicielka Wydziału Kultury Urzędu Miejskiego, przedstawicielka Rady Miejskiej.

Celem działania *Słupskiej Rady Seniorów* jest zapewnienie seniorom wpływu na sprawy dotyczące społeczności Miasta Słupska, ze szczególnym uwzględnieniem seniorów. Słupska Rada Seniorów jest organem doradczym, konsultacyjnym i inicjatywnym wobec Rady Miejskiej w Słupsku i Prezydenta Miasta Słupska. Rada działa w następujących obszarach senioralnych: aktywizacji i integracji społecznej, zapobiegania marginalizacji, poprawy społecznego wizerunku, ochrony zdrowia, rozwoju form wypoczynku oraz dostępu do edukacji, kultury i sportu. Do zadań Rady należy: ścisła współpraca z władzami Miasta Słupska, przedstawianie propozycji w zakresie ustalania priorytetowych zadań, monitorowanie potrzeb słupskich seniorów, wydawanie opinii i formułowanie wniosków służących rozwojowi działalności na rzecz seniorów, informowanie społeczności Słupska o szczególnych kierunkach działań podejmowanych przez służby miejskie i partnerów pozarządowych na rzecz środowiska seniorów. Obecnie powołano Radę Seniorów na II kadencję, a w jej składzie zasiada 13 seniorów zainteresowanych działaniem na rzecz osób starszych, reprezentujących organizacje pozarządowe działające na rzecz osób starszych, podmioty prowadzące uniwersytety trzeciego wieku, które działają na terenie Słupska, przedstawiciel/ka Prezydenta Miasta Słupska, przedstawicielka Rady Miejskiej.

3. EKONOMIZACJA SEKTORA POZARZĄDOWEGO W SŁUPSKU

Sektor ekonomii społecznej tworzą Podmioty Ekonomii Społecznej, które są definiowane jako:

1. przedsiębiorstwa społeczne, w tym spółdzielnia socjalna,
2. podmiot reintegracyjny, realizujący usługi reintegracji społecznej i zawodowej osób zagrożonych wykluczeniem społecznym (CIS, KIS, ZAZ, WTZ)
3. organizacja pozarządowa lub podmiot, o którym mowa w art. 3 ust. 3 pkt 1 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (Dz. U. z 2016 r. poz. 239, z późn. zm.);
 - a. podmiot sfery gospodarczej utworzony w związku z realizacją celu społecznego bądź dla którego leżący we wspólnym interesie cel społeczny jest racją bytu działalności komercyjnej. Grupę tę można podzielić na następujące podgrupy
 - b. organizacje pozarządowe prowadzące działalność gospodarczą

- c. spółdzielnie, których celem jest zatrudnienie tj. spółdzielnie pracy, inwalidów i niewidomych
- d. spółki non-profit.

W dostępnych bazach danych można znaleźć informację o następującej liczbie przedsiębiorstw społecznych/spółdzielni socjalnych zlokalizowanych w Słupsku:

- wg bazy PES prowadzonej przez ROPS w Gdańsku, w Słupsku istnieją 4 spółdzielnie socjalne (SS „Bociek”, SS Interpoland, SS Remedium, SS „Lider” (stan na II 2019 r.)
- wg bazy przedsiębiorstw społecznych prowadzonej przez MPiPS w Słupsku istnieją 3 przedsiębiorstwa społeczne, w tym jedna pokrywająca się z ww bazą PES (pozostałe wcześniej nieuwzględnione to: Fundacja PION, SS Pomocna Dłoń”; stan na lipiec 2019).

Wg danych OWES nie są to wyczerpujące dane. Brakuje w ww bazach także takich podmiotów jak: Witaj Świecie Sp. z o, Kooperativo SP. z o.o, Fundacja Przyszań, a dodatkowo dla rozwoju ekonomii społecznej w Słupsku istotne znaczenie ma SS „Drabina”, której siedziba zlokalizowana jest w Ustce, a jej jednym z dwóch założycieli jest Miasto Słupsk. Zupełnie brakuje informacji w ww bazach danych o organizacjach pozarządowych, które prowadzą działalność gospodarczą, ale nie posiadają statusu przedsiębiorstwa społecznego (m.in. z powodu zatrudniania mniej niż 3 osób na potrzeby działalności gospodarczej).

W Słupsku funkcjonują ponadto (wg bazy PES prowadzonej przez ROPS w Gdańsku):

- Centrum Integracji Społecznej prowadzone przez Stowarzyszenie Horyzont
- Warsztaty Terapii Zajęciowej prowadzone przez (dane z 2017 r.):
 - Polski Związek Niewidomych Oddział w Słupsku
 - Polskie Stowarzyszenie na Rzecz Osób z Niepełnosprawnością Intelktualną.

W rozwoju ekonomii społecznej w regionie istotne znaczenie odegrało wsparcie Ośrodków Wspierania Ekonomii Społecznej.

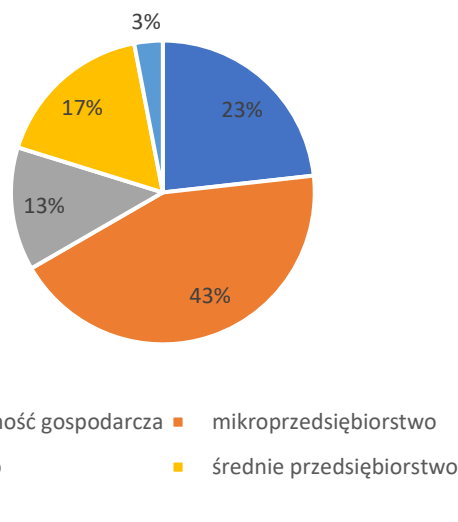
Ośrodek Wspierania Ekonomii Społecznej w subregionie słupskim funkcjonuje od 2013r. (w latach 2013 – 2015 prowadzony przez Pomorską Agencję Rozwoju Regionalnego, a od roku 2017 przez CIO i partnerów). Działania prowadzone przez OWES ukierunkowane są na wzrost zatrudnienia w sektorze ekonomii społecznej. W tym zakresie oferuje wsparcie informacyjne, animacyjne, doradcze (ogólne, specjalistyczne, biznesowe), szkoleniowe oraz finansowe (dotacje na utworzenie nowych miejsc pracy).

W ramach działań OWES w subregionie słupskim, w latach 2013-2019 utworzono 30 przedsiębiorstw społecznych (spółdzielni socjalnych, organizacji pozarządowych prowadzących działalność gospodarczą, spółek non-profit, itp.), w których pracę znalazło ponad 190 osób. Przedsiębiorstwa te otrzymały dofinansowanie na stworzenie miejsc pracy oraz otrzymują finansowe wsparcie pomostowe na sfinansowanie części kosztów zatrudnienia.

4. POTENCJAŁ WSPÓŁPRACY SEKTORA POZARZĄDOWEGO Z BIZNESEM

W roku 2019 Centrum Inicjatyw Obywatelskich rozpoczęło animowanie współpracy na styku sektor pozarządowy – lokalny biznes. W ramach projektu „Solidarność ekonomiczna” przygotowano 6 podmiotów ekonomii społecznej do fundraisingu. Równolegle, prowadzono rozmowy z przedstawicielami lokalnych firm o możliwościach współpracy – przeprowadzono 2 szkolenia w zakresie Społecznej Odpowiedzialności Biznesu oraz 2 śniadania biznesowe, których celem jest wzajemne rozpoznanie możliwości kooperacji. W wyniku tychże działań pojawiła się potrzeba głębszego zbadania potencjału współpracy. Te dwa sektory niewiele o sobie wiedzą, mają odmienne oczekiwania a w efekcie trudno znaleźć pola do współpracy. W toku dyskusji przygotowano propozycję badania dotyczącego obecnej i potencjalnej możliwości współpracy pomiędzy organizacjami i firmami. Zdecydowano o przeprowadzeniu wywiadów kwestionariuszowych z grupą min. 30 podmiotów. Wyselekcjonowano 44 lokalne firmy, które rokowały udzielenie informacji zwrotnej w ramach badania, a ostatecznie pozyskano informacje od 30 przedsiębiorców. Większość respondentów (prawie 80%) reprezentowała niewielkie firmy (jednoosobowa działalność gospodarcza, mikroprzedsiębiorstwa oraz firmy małe), które z definicji zatrudniają mniej niż 50 pracowników a ich roczny obrót nie przekracza 10 mln EUR.

Wielkość przedsiębiorstwa uczestniczącego w badaniu



Wielkość firmy ma istotne znaczenie dla współpracy biznesu z III sektorem. W zależności od wielkości firmy różnią się one zarówno doświadczeniami we współpracy, ale także potencjałem i preferencjami. Zdecydowana większość lokalnych przedsiębiorców jest otwarta na współpracę, ale nieznanostwo tych dwóch sektorów stanowi istotne ograniczenie dla rozwoju kooperacji na styku NGO-biznes. Nieznajomostwo oczekiwań przedsiębiorców przez organizacje oraz słaba rozpoznawalność działań III sektora stanowi barierę w podejmowaniu wspólnych działań. Metody fundraisingu stosowane przez organizacje także bywają nieefektywne, gdyż nie trafiają w możliwości i oczekiwania potencjalnych partnerów biznesowych. Dla rozwoju współpracy między NGO a firmami, wyraźnie należy rozróżnić kategorię przedsiębiorców zatrudniających do 10 osób, a firmy posiadające większą liczbę pracowników. Ta granica jest istotna zarówno dla możliwych form współpracy, jak i jej wartości finansowej.

4.1. DOTYCHCZASOWA WSPÓŁPRACA PRZEDSIĘBIORSTW Z ORGANIZACJAMI

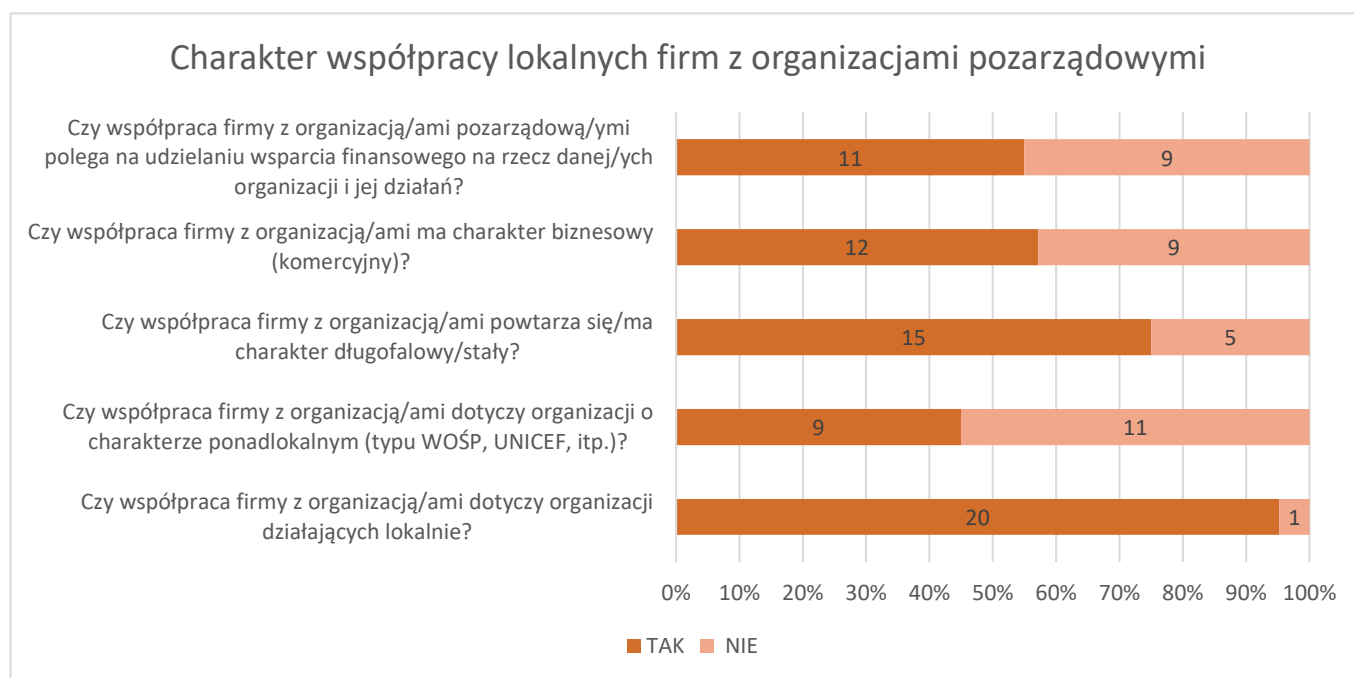
Większość firm, które brały udział w badaniu (70% respondentów, tj. 21 podmiotów) współpracuje z organizacją/ami pozarządową/y. Biorąc pod uwagę wielkość firmy odsetek firm współpracujących z organizacjami jest wyższy w firmach zatrudniających pracowników (74% przedsiębiorców zatrudniających

pracowników współpracuje z organizacjami), niż wśród przedsiębiorców samozatrudnionych (57% osób prowadzących jednoosobową działalność deklaruje współpracę z organizacją/ami). Współpraca ta ma bardzo zróżnicowany charakter i obejmuje m.in.:

- wsparcie rzeczowe (wykonywanie usług na rzecz organizacji, udostępnianie pomieszczeń, udostępnianie różnego rodzaju sprzętu, transport, pomoc w obsłudze imprez, przekazywanie rzeczy na potrzeby organizacji, na licytacje, itp.)
- wsparcie materialne (sponsoring organizacji, wsparcie finansowe wydarzeń charytatywnych, dofinansowanie udziału młodzieży w konkursach, specjalne warunki cenowe)
- wsparcie merytoryczne (doradztwo, szkolenia, staże, pokazy, wizyty edukacyjne)
- udział w konkursach organizowanych przez organizacje
- wsparcie w nawiązywaniu kontaktów.

Dodatkowo, ciekawymi formami współpracy jest takie partnerstwo, w którym zarówno organizacja, jak i firma odnosi korzyści biznesowe. Do takich form należy np. zlecenie przez producenta mebli części produkcji organizacji, która tworzy miejsca pracy dla osób niepełnosprawnych, jak również partnerska współpraca marketingowa firmy działającej w obszarze nowych technologii z ogólnoświatową organizacją pozarządową.

Podczas wywiadów badano także charakter współpracy firm z organizacjami – zweryfikowano, czy jest on długofalowy czy okazjonalny, lokalny czy ponadlokalny, komercyjny, finansowy. Poniższa tabela prezentuje charakter współpracy wśród respondentów współpracujących z organizacjami w jakiegokolwiek formie.



Powyższe wyniki wskazują, iż zdecydowana większość firm współpracuje z organizacjami o charakterze lokalnym w sposób powtarzający się. Ponad połowa firm współpracujących z organizacjami podkreśla biznesowy charakter tej współpracy oraz włącza do stosowanych form wsparcie finansowe. Współpraca z organizacjami o charakterze ponadlokalnym dotyczy najczęściej wsparcia Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. Ponadto, do współpracujących z słupskimi firmami ponadlokalnych NGO należą UNICEF oraz Szlachetna Paczka.

Podobnie, ankietowane firmy współpracują ze społecznością lokalną, rozumianą szerzej niż sektor pozarządowy (współpraca ze społecznością obejmuje także współpracę z jednostkami publicznymi – np. szkołami, gminami, sołectwami, obejmuje wsparcie infrastruktury publicznej, itp.). Tu, biorąc pod uwagę wielkość firmy odsetek firm współpracujących ze społecznością lokalną jest jeszcze wyższy w firmach zatrudniających pracowników (ponad 86% przedsiębiorców zatrudniających pracowników współpracuje ze społecznością lokalną), niż wśród przedsiębiorców samozatrudnionych (ponad 23% osób prowadzących

jednoosobową działalność deklaruje współpracę ze społecznością lokalną). Współpraca ze społecznością lokalną ma podobny charakter do współpracy z organizacjami, ale dodatkowo obejmuje m.in.:

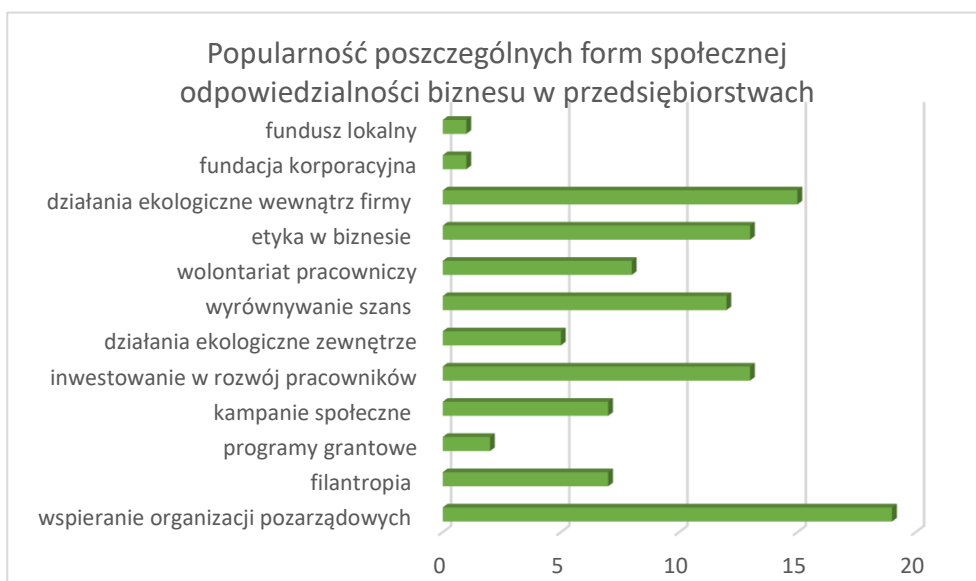
- współpracę z placówkami kształcenia w kreowaniu adekwatnych do potrzeb rynku pracy kierunków nauki
- współpracę w kształceniu (staże, praktyki, wsparcie osiągnięć, stypendia, prowadzenie zajęć, pomoc w promocji uczelni wyższych)
- współorganizację różnego rodzaju imprez (darmowe treningi, bale dla dzieci, udostępnianie sprzętu)
- współpracę z sołectwami.

Prawie 70% firm współpracujących ze społecznością lokalną współpracuje długofalowo, a prawie 60% wspiera finansowo przedsięwzięcia na rzecz społeczności.

Analizując bieżącą sytuację w firmach, zapytano respondentów również o stosowanie przez nich obecnie poszczególnych formy Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (CSR). Do najczęściej wykorzystywanych form CSR należą:

- wspieranie organizacji pozarządowych
- działania proekologiczne wewnątrz firmy oraz
- etyka w biznesie oraz
- inwestowanie w rozwój pracowników i wyrównywanie szans.

Ponadto, do najmniej popularnych form CSR w lokalnych firmach należą: fundusz lokalny, fundacja korporacyjna oraz programy grantowe. Jeden biorący udział w badaniu posiada fundację korporacyjną (mikroprzedsiębiorca).



4.2. MOŻLIWOŚCI WSPÓŁPRACY LOKALNYCH ORGANIZACJI Z BIZNESEM

Kwestionariusz wywiadu poruszał w znacznej części kwestie potencjalnej współpracy firm z organizacjami oraz ich preferencji w odniesieniu do:

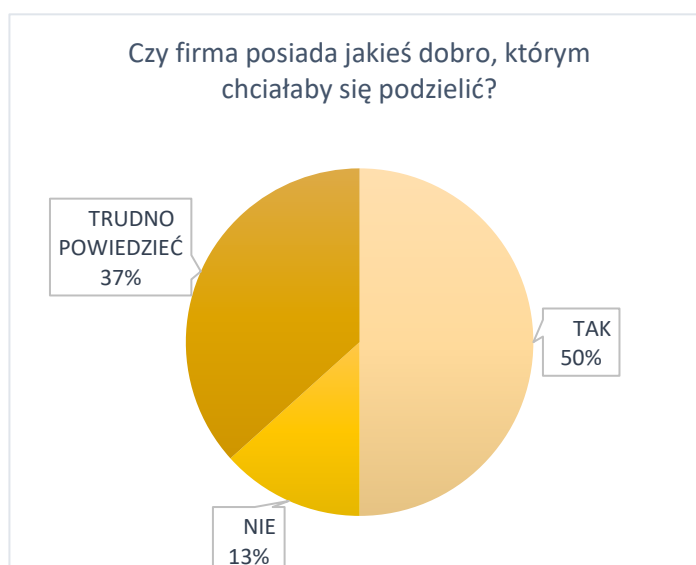
- zasobów jakie przedsiębiorstwa mogłyby/chciałyby zaangażować we współpracę na polu społecznym,
- preferowanych form współpracy,
- rodzajów działań, które chętnie wesprą lokalne firmy,
- grupy docelowe, które są w kręgu zainteresowania przedsiębiorców,
- jak również wartość środków finansowych, jakie sektor biznesu mogą angażować we współpracę z III sektorem.

4.2.1. ZASOBY, JAKIMI FIRMY CHCĄ SIĘ DZIELIĆ

Jednym z bardziej zaskakujących dla respondentów pytań było pytanie o dobro, którym firma chciałaby/może się podzielić. Odpowiedzi negatywnych udzieliło jedynie 13% pytanym. Połowa odpowiedziała twierdząco, wskazując na takie dobra, które potencjalnie mogłyby podlegać wymianie (ale także w znacznej mierze już podlegają wymianie):

- wiedza i doświadczenie (np. w zakresie produkcji filmowych, otoczenia formalno-prawnego współpracy JST z NGO, prowadzenia działalności gospodarczej oraz NGO, sprzedaży, obsługi klienta i marketingu, ochrony środowiska, modeli biznesowych - opartych na proekologicznych ideach, przyjaznych dla pracowników,

- dobra rzeczowe, w tym przekazanie wyposażenia do różnych instytucji, przekazanie materiałów na potrzeby edukacji – np. surowców, zabawki, materiały plastyczne,
- użyczenie bazy lokalowej (sala konferencyjna, teren),
- użyczenie sprzętu,
- użyczenie auta dostawczego,
- wsparcie w organizacji imprez charytatywnych,
- udział w zbiórce darów,
- wolontariat, wsparcie osobowe, zaangażowanie i pomoc fizyczna,
- wsparcie słupek organizacji w zakresie promocji, szczególnie w sieci, wizerunkowo, itp.
- dostęp do oprogramowania umożliwiającego zarządzanie procedurami dotacyjnymi,
- możliwość przyjęcia na staże praktykantów.



Wśród dóbr, które przedsiębiorcy zadeklarowali znalazły się również dobre emocje czy świadectwa rozwoju personalnego osób pochodzących z prowincji, wskazujące, iż także w innych wymiarach potencjalnie można szukać punktów stykowych.

Aż 37% ankietowanych miało kłopot z odpowiedzią na pytanie o dobro, którym mogą się podzielić przedsiębiorcy. W rozmowach z udzielającymi wywiadów wynikało często, iż kłopotliwa jest ocena, jakie zasoby firm mogą być przydatne dla sektora pozarządowego. Ponadto, lokalni przedsiębiorcy oraz organizacje pozarządowe mają ograniczoną wiedzę o sobie nawzajem, co jest jednym z istotniejszych bieżących wyzwań.

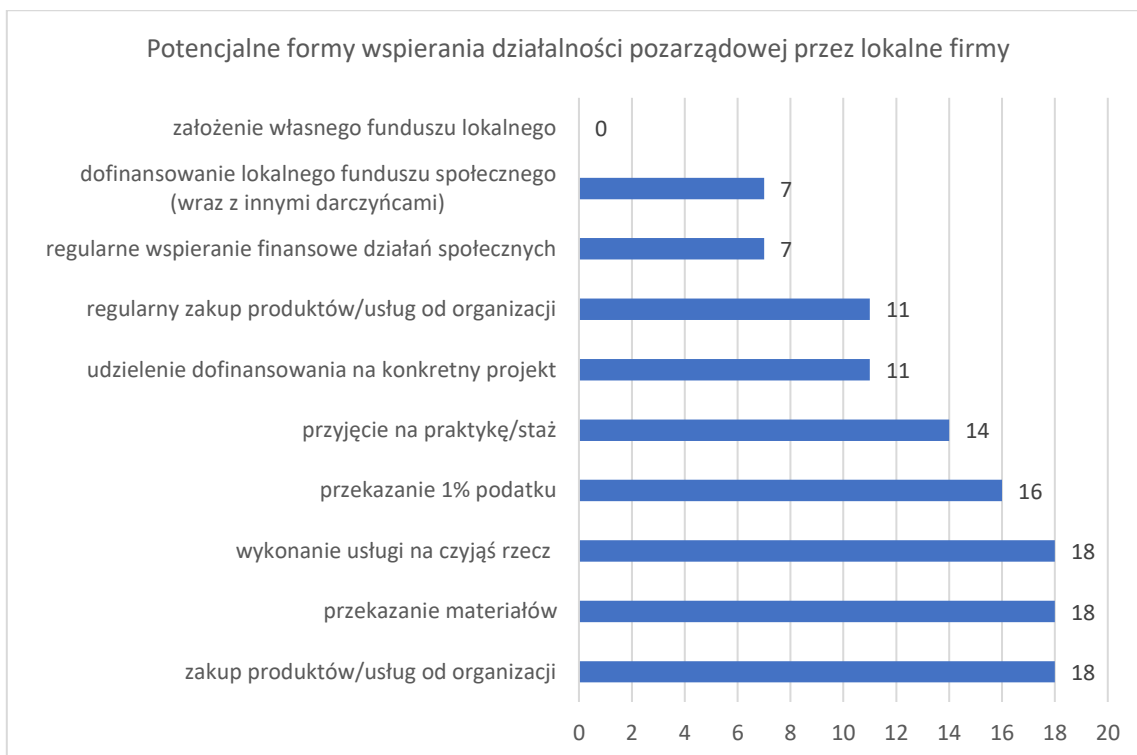
Niektórzy przedsiębiorcy zwracali także uwagę, iż gotowi są na współpracę, udostępnianie dóbr pod pewnymi warunkami - szczególnie istotne jest informowanie odbiorców o zaangażowaniu firmy i rodzaju udzielonego wsparcia, a także pozostawienie porządku w przypadku organizowania wspólnych wydarzeń czy korzystania z udostępnienia lokalu/terenu po wydarzeniu oraz oddania użyczonego sprzętu/wyposażenia w nienaruszonej formie.

4.2.2. PREFEROWANE FORMY POMOCY

Słupek firmy zdecydowanie preferują trzy formy pomocy (jako preferowaną każdą z poniższych form wskazało 60% ankietowanych):

- zakup produktów lub usług od organizacji pozarządowych,
- przekazanie materiałów na rzecz organizacji,
- wykonanie usługi na rzecz organizacji.

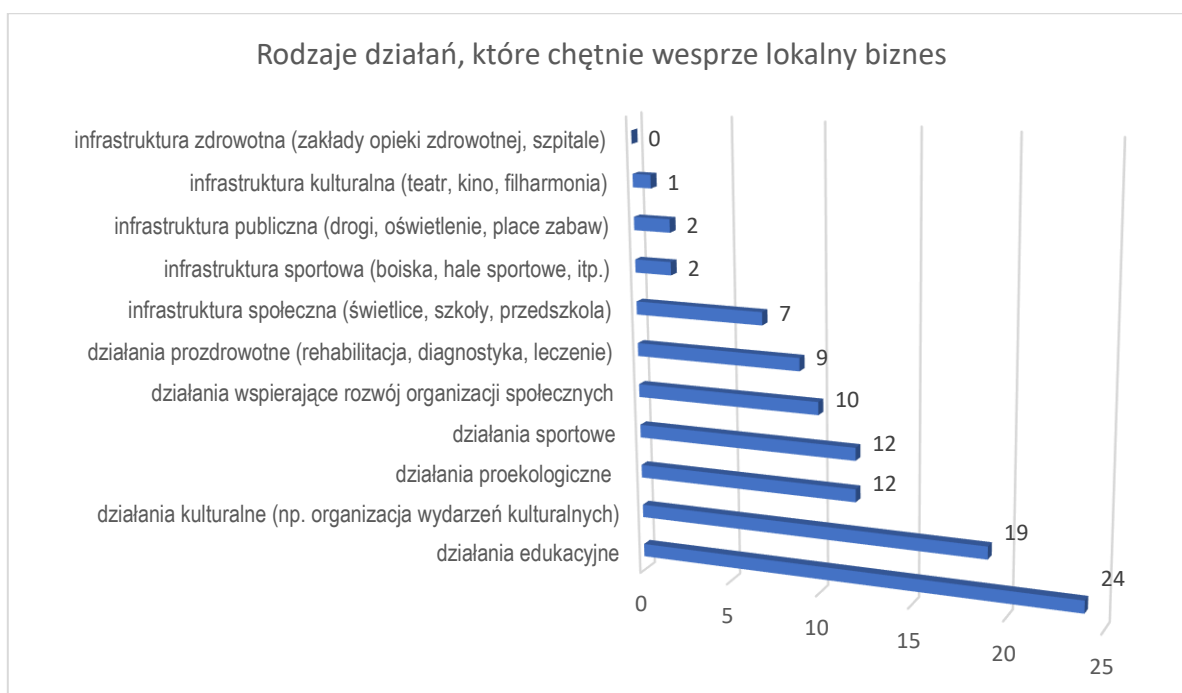
Wskazuje to na przewagę wymiany o charakterze biznesowym, wymiany barterowej, a także wsparcia w postaci własnej pracy nad bezpośrednim przekazywaniem środków finansowych. 53% respondentów deklaruje gotowość przekazania 1% podatku na cele społeczne, co świadczy o dużej popularności tego rodzaju wsparcia, jednak deklarując tego rodzaju wsparcie finansowe przedsiębiorcy często stojąc przed wyborem „odprowadzenie podatku fiskusowi” a „przekazanie podatku organizacji” wybiorą drugą opcję. Blisko połowa firm (47%) jest w stanie przyjąć stażystów lub praktykantów. Na dofinansowanie konkretnego projektu można liczyć u 37% lokalnych firm, podobnie jak na regularne kupowanie produktów czy usług od organizacji. Regularne wspieranie finansowe działań społecznych oraz dofinansowanie lokalnego funduszu społecznego wraz z innymi darczyńcami deklaruje 23% przedstawicieli słupek biznesu. Tak zaawansowane formy współpracy, które wiążą się z systematycznym, finansowym wspieraniem działań społecznych i wymagają pewnej regularności zdają się być wizją przyszłości w Słupsku i okolicznych gminach, gdzie działają przedsiębiorcy biorący udział w badaniu.



Regularnym zakupem materiałów i usług od organizacji pozarządowych zainteresowane są głównie przedsiębiorstwa w kategorii mikro (36% wszystkich deklarujących zakup), małe (27%) oraz osoby samozatrudnione (18%). Większość podmiotów deklarujących regularne zakupy u organizacji jest gotowych je wspierać także w innych formach: przekazanie materiałów, wykonanie usługi na rzecz NGO oraz możliwość przyjęcia na praktykę/staż deklaruje po 64% zainteresowanych. 45% z nich jest gotowa także wesprzeć finansowo konkretny projekt. Największe szanse na wsparcie tych przedsiębiorców mają działania edukacyjne i kulturalne, ale część z tych firm zadeklarowała też gotowość wspierania działań sportowych, wspierających rozwój III sektora oraz prozdrowotnych, proekologicznych. Niewielkie znaczenie ma tu grupa docelowa działań (dla 55% zainteresowanych tą formą pomagania nie ma ona zupełnie znaczenia, dla 45% preferowana grupą jest młodzież.

4.2.3. RODZAJE DZIAŁAŃ PREFEROWANYCH DO WSPARCIA PRZEZ LOKALNY BIZNES

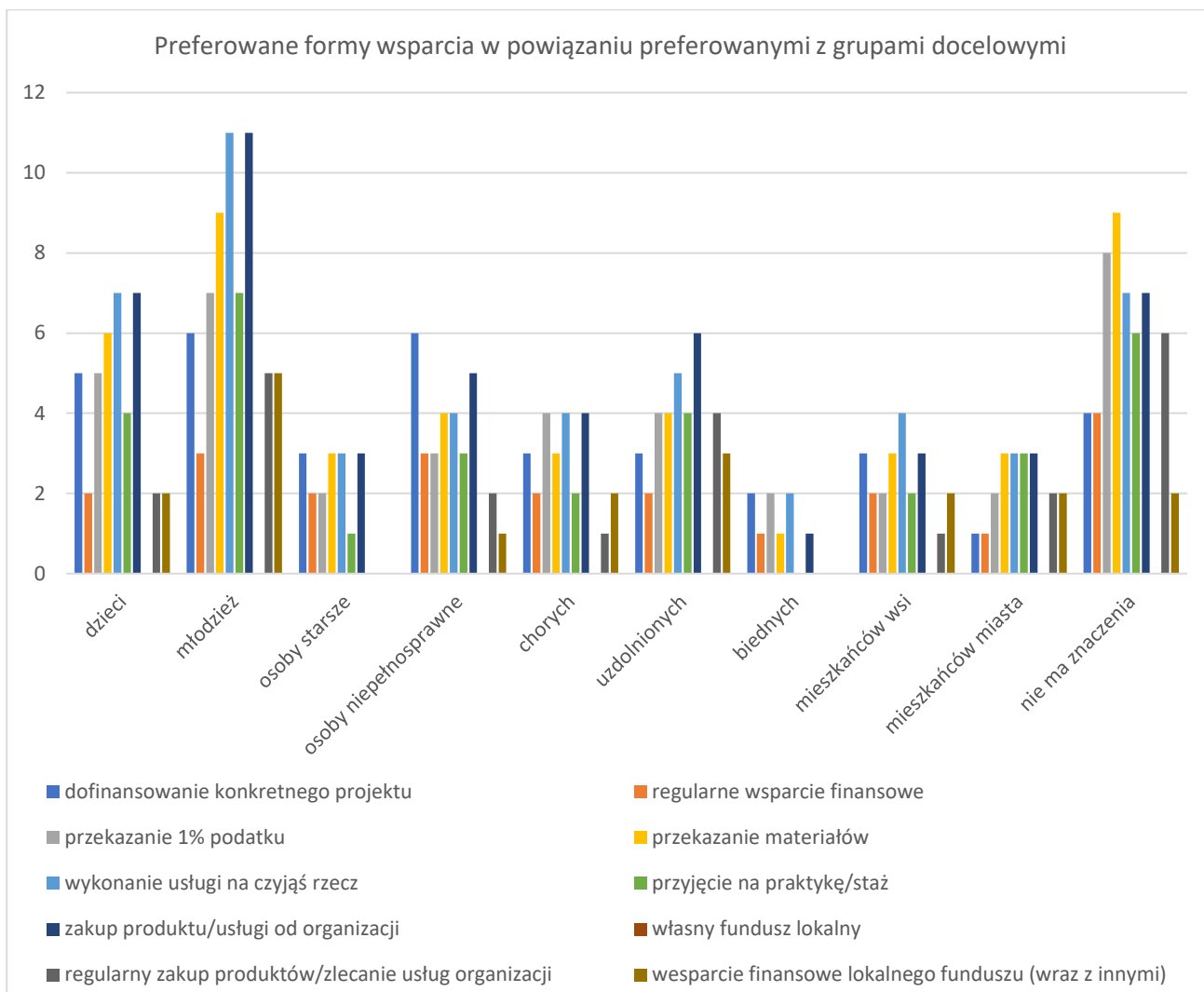
Badanie pozwoliło jednocześnie zweryfikować rodzaje preferowanych działań, obszarów, które chętniej wspierać będą lokalne firmy. Zdecydowanie do najchętniej wspieranych działań należeć mogą działania „miękkie”, w tym edukacyjne oraz kulturalne. W drugiej kolejności na miejscowego biznesu liczyć mogą działania proekologiczne oraz sportowe, a w dalszej kolejności działania wspierające rozwój organizacji społecznych, działania prozdrowotne i ewentualnie infrastruktura edukacyjna.



Dodatkowo, jako „inne” działania możliwe do wsparcia, przedsiębiorcy wskazali rozwój i wykorzystanie nowoczesnych technologii oraz nauka zawodu i wsparcie szkół branżowych. Są to działania zgodne z profilem danej firmy lub z przygotowaniem kadr na jej potrzeby.

4.2.4. GRUPY DOCELOWE MOŻLIWE DO WSPARCIA PRZEZ SEKTOR BIZNESOWY

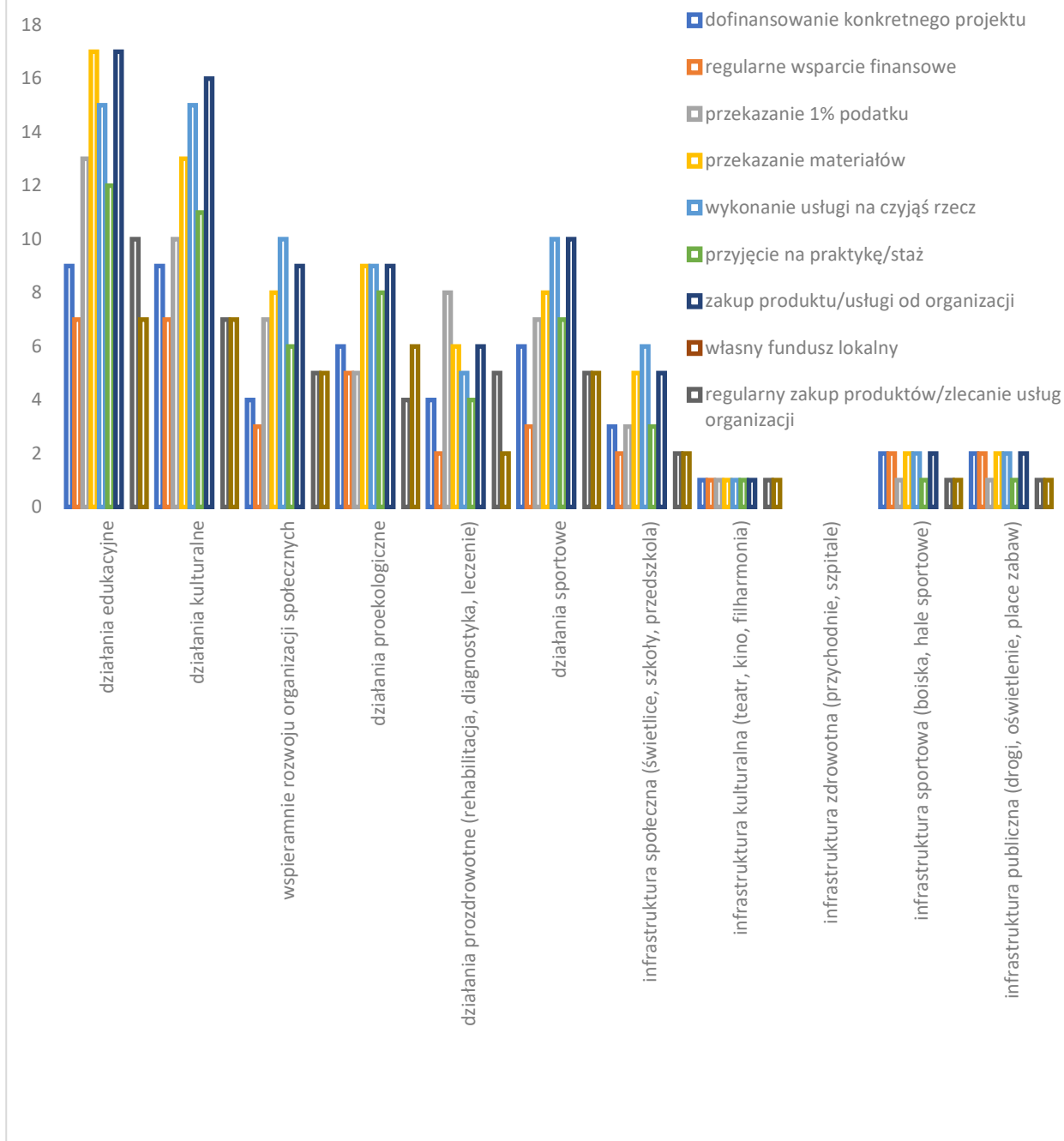
Grupą docelową, która może odnieść największe korzyści ze współpracy sektora pozarządowego z biznesem jest młodzież – preferują tę grupę blisko połowa respondentów. Podobnie, blisko połowa respondentów wskazuje, iż nie ma znaczenia grupa odbiorców działań wspieranych przez lokalny biznes.



Powyższy wykres prezentuje preferowane formy wspierania celów społecznych w grupie przedsiębiorców, które jednocześnie wskazały konkretne grupy odbiorców jako preferowane. Analiza tych danych może wskazywać, na jaki rodzaj wsparcia ze strony biznesu mogą liczyć podmioty prowadzące działania skierowane do poszczególnych grup, jakie warto preferować, gdyż stanowią one niekiedy znaczące preferencje.

Podobnie, znaczenie mieć może forma wsparcia możliwa do wykorzystania we współpracy organizacji z lokalnymi firmami w zależności od rodzajów działań podejmowanych przez daną organizację. Poniższy wykres może stanowić podpowiedź, które formy są bardziej, a które mniej adekwatne do działań o określonych celach społecznych.

Preferowane formy wsparcia w powiązaniu z preferowanymi rodzajami działalności



3

4.2.5. WARTOŚĆ ŚRODKÓW FINANSOWYCH JAKIE FIRMY MOGĄ PRZEZNACZYĆ NA CELE SPOŁECZNE

Blisko 70% badanych firm może przeznaczyć środki finansowe na realizację celów społecznych (10% deklaruje, iż nie ma możliwości wydatkowania środków na cele społeczne, a 20% respondentów odmówiło odpowiedzi na to pytanie). Najwięcej firm (43%) deklaruje wsparcie na poziomie do 1000 zł, 13% respondentów wskazało przedział 1000-5000 zł jako adekwatny do ich możliwości, 3% ankietowanych mogłoby wesprzeć cele społeczne kwotą 5000-10000 zł, a 10% badanych może wspierać cele społeczne na poziomie od 10000 do 30000 zł. Żadna firma nie zaproponowała wyższego poziomu środków na cele społeczne.



Warto zaznaczyć, iż część przedsiębiorców podczas wywiadów komentowała, iż firmy nie chcą być jedynie sponsorem, często nie odpowiada im rola samego darczyńcy – zwracają większą uwagę na integrację pracowników podczas akcji charytatywnych, pozytywne skutki działań społecznych także dla ich branży, chcą być postrzegane jako przyjazny pracodawca, wrażliwy, wspierający lokalną społeczność nie tylko finansowo.

Spośród firm deklarujących gotowość wsparcia działań społecznych w postaci finansowej – dofinansowania konkretnego projektu, przedsięwzięcia są zarówno firmy z kategorii mikroprzedsiębiorstw, małych i średnich firm. Są to zwykle firmy posiadające doświadczenia we współpracy z sektorem społecznym, w tym także doświadczenie we wspieraniu finansowym. Najchętniej wesprą działania edukacyjne, kulturalne i polegające na wyrównywaniu szans, skierowane do młodzieży, dzieci oraz osób niepełnosprawnych. Wielkość środków finansowych jakie te przedsiębiorstwa mogą przeznaczyć na cele społeczne mieści się w granicach 1000 zł, a pojedyncze firmy deklarują gotowość przeznaczenia funduszy na wyższym poziomie (po 1 firmie w granicach 1000-5000 oraz 5000-10000, a 2 firmy w granicach 10000-30000).

O tworzeniu lokalnego funduszu wspierającego cele społeczne można w Słupsku rozmawiać z przedsiębiorcami, którzy zatrudniają powyżej 10 pracowników, czyli mieszczące się w definicji przedsiębiorstwa małego, średniego i dużego. W tworzeniu lokalnego funduszu wspierającego działania społeczne wezmą udział firmy z reguły posiadające doświadczenie we współpracy z organizacjami pozarządowymi i społecznością lokalną w różnych formach, a współpraca ta miała najczęściej systematyczny i długofalowy charakter. Prawdopodobieństwo współfinansowania przez firmę lokalnego funduszu zwiększy się, jeżeli firma ta posiada już doświadczenia w finansowaniu działalności III sektora – choćby było to wsparcie okazjonalne.

Wszystkie firmy deklarujące gotowość wspierania lokalnego funduszu chciałyby finansować działania edukacyjne, kulturalne i proekologiczne oraz ewentualnie wspierające rozwój III sektora, czy też sportowe. Pozostałe działania (prozdrowotne, infrastruktura społeczna typu świetlice, szkoły, przedszkola oraz infrastruktura innego rodzaju) będą miały znacznie mniejsze szanse na wsparcie tychże firm. Najchętniej wspieraną grupą odbiorców jest młodzież oraz osoby uzdolnione. Pozostałe grupy odbiorców również mogą liczyć na wsparcie słupskich firm, a preferencje respondentów rozłożyły się w miarę równomiernie.

Firmy, które są gotowe wesprzeć lokalny fundusz społeczny dysponują następującymi szacunkowymi kwotami, które mogą przeznaczyć na cele społeczne (rocznie):

- do 1000 zł – 29% respondentów deklarujących gotowość zasilenia lokalnego funduszu
- 1000 zł – 5000 zł – 14% respondentów deklarujących gotowość zasilenia lokalnego funduszu
- 5000-10000 zł – 14% respondentów deklarujących gotowość zasilenia lokalnego funduszu
- 10000-30000 – 43% respondentów deklarujących gotowość zasilenia lokalnego funduszu.

5. WZÓR KWESTIONARIUSZA WYWIADU

Kwestionariusz wywiadu obejmował 17 merytorycznych pytań. Poniżej zaprezentowano wzór kwestionariusza.

Kwestionariusz wywiadu dla przedsiębiorców

Wywiad jest częścią diagnozy społecznej realizowanej przez zespół Centrum Inicjatyw Obywatelskich w Słupsku w ramach projektu "Solidarność ekonomiczna" finansowanego ze środków Funduszu Inicjatyw Obywatelskich zarządzanego przez Narodowy Instytut Wolności - Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego. Celem badania jest budowanie przyjaznego klimatu dla współpracy pomiędzy biznesem, a organizacjami społecznymi. Zebrane informacje pozwolą lokalnym organizacjom poznać oczekiwania przedsiębiorców i ich gotowość do współpracy, a w konsekwencji umożliwią lepsze dostosowanie oferty kooperacji do lokalnych uwarunkowań. Ankieta nie jest anonimowa, ale dane pochodzące z rozmowy dotyczące danych osobowych i kontaktowych nie będą publikowane i zbierane są wyłącznie w celu sprawnego przeprowadzenia badania i ewentualnego uzupełnienia informacji w toku przygotowywania raportu i wyjaśnienia kwestii wątpliwych. Z góry dziękujemy za poświęcony czas.

1. Firma, którą Pani/Pan reprezentuje należy do kategorii:

- jednoosobowa działalność gospodarcza
- mikroprzedsiębiorstwo (z wyłączeniem jednoosobowej działalności gospodarczej, mniej niż 10 pracowników oraz roczny obrót lub całkowity bilans nie przekracza 2 mln EUR)
- małe przedsiębiorstwo (mniej niż 50 pracowników oraz roczny obrót nie przekracza 10 mln EUR)
- średnie przedsiębiorstwo (mniej niż 250 pracowników oraz roczny obrót nie przekracza 50 mln EUR lub całkowity bilans roczny nie przekraczający 43 mln EUR)
- duże przedsiębiorstwo (250 i więcej pracowników oraz roczny obrót przekracza 50 mln EUR lub całkowity bilans roczny przekraczający 43 mln EUR)

2. Czy firma, którą Pani/Pan reprezentuje współpracuje w jakiegokolwiek formie z organizacją/ami pozarządową/yymi?

- Tak
- Nie

3. Jeśli w ww. pytaniu zaznaczono TAK, proszę odpowiedzieć na następujące pytania:

	TAK	NIE
Czy współpraca firmy z organizacją/ami dotyczy organizacji działających lokalnie?		
Czy współpraca firmy z organizacją/ami dotyczy organizacji o charakterze ponadlokalnym (typu WOŚP, UNICEF, itp.)?		
Czy współpraca firmy z organizacją/ami powtarza się/ma charakter długofalowy/stały?		
Czy współpraca firmy z organizacją/ami ma charakter biznesowy (komercyjny)?		
Czy współpraca firmy z organizacją/ami pozarządową/yymi polega na udzielaniu wsparcia finansowego na rzecz danej/yh organizacji i jej działań?		

4. Proszę podać więcej szczegółów dotyczących współpracy firmy z organizacją/ami pozarządową/yymi, szerzej ją opisać

5. Czy firma, którą Pani/Pan reprezentuje współpracuje w jakiegokolwiek formie ze społecznością lokalną?

- Tak
- Nie

6. Jeśli w ww. pytaniu zaznaczono TAK, proszę odpowiedzieć na następujące pytania:

	TAK	NIE
Czy współpraca firmy ze społecznością lokalną powtarza się/ma charakter długofalowy/stały?		
Czy współpraca firmy ze społecznością lokalną polega na udzielaniu wsparcia finansowego na rzecz danej społeczności?		

7. Proszę podać więcej szczegółów dotyczących współpracy firmy ze społecznością lokalną, szerzej ją opisać

8. Które z poniższych form Społecznej Odpowiedzialności Biznesu jest bliska firmie, którą Pani/Pan reprezentuje? (proszę zaznaczyć wszystkie formy, które występują w Pani/Pana firmie)

- wspieranie organizacji pozarządowych (np. przekazywanie środków finansowych, przekazywanie środków rzeczowych, odpisy od pensji (payroll), wspólna realizacja określonych inicjatyw)
- filantropia (po prostu przekazywanie pieniędzy na szczytne cele)
- programy grantowe
- kampanie społeczne (np. kampanie, których celem jest pomoc potrzebującym - część środków ze sprzedaży danego produktu zostaje przekazana na wsparcie dla danej osoby/grupy/institucji lub kampanie zwiększające świadomość na temat wagi danego problemu - ekologii/profilaktyki zdrowia itp.)
- inwestowanie w rozwój pracowników i wyrównywanie szans
- działania ekologiczne zewnątrz (np. udział w akcjach pro środowiskowych)
- wyrównywanie szans (np. elastyczne formy zatrudnienia ułatwiające godzenie życia zawodowego i rodzinnego, tworzenie sprzyjających warunków dla osób z niepełnosprawnościami, itp.)
- wolontariat pracowniczy
- etyka w biznesie
- działania ekologiczne wewnątrz firmy (używanie energooszczędnego sprzętu, segregacja śmieci, wprowadzanie ekologicznych zasad produkcji, działania edukacyjne)
- fundacja korporacyjna
- fundusz lokalny

9. Czy firma posiada jakieś dobro (lub potencjał poza finansowy, dobro nie tylko materialne), którym mogłaby/chciałaby się podzielić?

- TAK
- NIE
- TRUDNO POWIEDZIEĆ

10. Jeśli na poprzednie pytanie padła odpowiedź TAK, proszę podać jakie to jest dobro?

11. Jak firma, którą Pani/Pan reprezentuje może pomagać? (proszę zaznaczyć wszystkie formy możliwe do zastosowania w Pani/Pana firmie)

- udzielić dofinansowania (darowizny) na konkretny projekt
- udzielać regularnego wsparcia finansowego na działania społeczne
- przekazać 1% podatku
- przekazać materiały
- wykonać usługę na czyjąś rzecz
- przyjąć na praktykę/staż
- kupić produkt/usługę od organizacji
- założyć własny fundusz lokalny
- regularnie kupować produkty/zlecać usługi organizacji

- wesprzeć finansowo lokalny fundusz społeczny (wraz z innymi darczyńcami)
- inne

12. Jeżeli w powyższym pytaniu zaznaczono "Inne" proszę doprecyzować, jakie inne formy współpracy są możliwe

13. Jakie typy działań firma chciałaby wspierać? (proszę zaznaczyć wszystkie typy preferowane w Pani/Pana firmie)

- działania edukacyjne
- działania kulturalne (np. organizacja wydarzeń kulturalnych, itp.)
- działania wspierające rozwój organizacji społecznych
- działania proekologiczne
- działania prozdrowotne (rehabilitacja, diagnostyka, leczenie, itp.)
- działania sportowe
- rozwój infrastruktury społecznej (świetlice, szkoły, przedszkola, itp.)
- infrastruktura kulturalna (teatr, kino, filharmonia, itp.)
- infrastruktura zdrowotna (zakłady opieki zdrowotnej, szpitale, itp.)
- infrastruktura sportowa (boiska, hale sportowe, itp.)
- rozwój infrastruktury publicznej (drogi, oświetlenie, place zabaw, itp.)
- inne

14. Jeżeli w powyższym pytaniu zaznaczono "Inne" proszę doprecyzować, jakie inne typy działań firma chciałaby wspierać

15. Jakie grupy odbiorców firma chciałaby wspierać?

- dzieci
- młodzież
- osoby starsze
- osoby niepełnosprawne
- chorych
- uzdolnionych
- biednych
- mieszkańców wsi
- mieszkańców miasta
- nie ma znaczenia
- inne

16. Jeżeli w powyższym pytaniu zaznaczono "Inne" proszę doprecyzować, jakie inne grupy odbiorców firma chciałaby wspierać

17. Jakiej wielkości środki finansowe firma mogłaby przeznaczyć rocznie na realizację celów społecznych? w ogóle nie może przeznaczyć żadnych środków finansowych

- do 1000 zł
- 1000-5000 zł
- 5000-10000 zł
- 10000-30000 zł
- 30000-50000 zł
- powyżej 50000 zł
- odmowa odpowiedzi

6. ŹRÓDŁA DANYCH

*Analiza danych zastanych dotyczących problemów społecznych Słupska ze szczególnym uwzględnieniem obszaru rewitalizacji, Gdańsk, maj 2017,
A Alicja Zajęczkowska, M. Szczypior
Raport z badania dotyczącego warunków życia i jakości usług publicznych w Mieście Słupsku, Słupsk, lipiec 2019
Mapa dotacji UE - <http://www.mapadotacji.gov.pl/>
Badania własne Centrum Inicjatyw Obywatelskich – dane pozyskane od lokalnych przedsiębiorców za pomocą kwestionariusza wywiadu*