



**LOKALNE
BADANIA
SPOŁECZNE**

WSPIERAMY LOKALNĄ POLSKĘ!



Główne wnioski z badań ilościowych i jakościowych

Diagnoza potrzeb i potencjału społeczności lokalnej w zakresie usług społecznych na terenie Gminy Starachowice

Lokalne Badania Społeczne dla Centrum Usług Społecznych w Starachowicach

1. Wprowadzenie

Firma Lokalne Badania Społeczne przeprowadziła badanie ilościowe i jakościowe pn. „Diagnoza potrzeb i potencjału społeczności lokalnej w zakresie usług społecznych na terenie Gminy Starachowice”, w związku z realizacją projektu „CUS – model integracji i rozwoju usług społecznych w Starachowicach”, współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój, Osi priorytetowej: II. Efektywne polityki publiczne dla rynku pracy, gospodarki i edukacji, Działania 2.8 Rozwój usług społecznych świadczonych w środowisku lokalnym.

Przedmiotem badania jest diagnoza potrzeb i potencjału społeczności lokalnej, która stanie się podstawą rozwoju usług społecznych w Starachowicach, określenia sposobu ich realizacji oraz możliwości zaangażowania w ten proces różnych interesariuszy: instytucji publicznych, organizacji pozarządowych, podmiotów ekonomii społecznej, biznesu i – wreszcie – samych mieszkańców. Diagnoza służy opracowaniu Planu Wdrażania CUS i Programu Usług Społecznych, jest również niezbędnym elementem dla opracowania Planu organizowania społeczności lokalnej, który powinien uwzględniać wyniki rozpoznania potrzeb i potencjału wspólnoty samorządowej w zakresie działań wspierających, uzupełniających usługi społeczne w sposób funkcjonalny. Zakładamy, że informacje zintegrowane w tym raporcie wspomogą również programowanie lokalnych polityk publicznych, wyznaczając priorytetowe kierunki interwencji. Co za tym idzie, diagnoza będzie narzędziem dla władz Miasta Starachowice i innych podmiotów lokalnych, działających na rzecz zapewnienia wysokiej jakości życia mieszkańców i skutecznego rozwiązywania problemów społecznych.

Raport zawiera odpowiedzi na następujące pytania badawcze:

- Jaki jest obecny stan świadczonych usług w Gminie Starachowice?
- Jakie są potrzeby społeczne mieszkańców (ilościowe i jakościowe)?
- Jaki jest potencjał społeczności lokalnej w zakresie usług społecznych?
- Jakie rozwiązania należy wprowadzić?

- Jakie pakiety usług należy wprowadzić dla społeczności lokalnej w celu zaspokojenia jej potrzeb?

W ramach realizacji niniejszego cyklu zrealizowano następujące etapy badawcze:

Tabela 1. Zastosowane metody i zrealizowane etapy badawcze

Lp.	Etap badawczy
1	Raport metodologiczny
2	Analiza danych zastanych, w szczególności danych statystycznych, dokumentów strategicznych i programowych, raportów z badań, ekspertyz
3	Badania ilościowe: Komputerowo Wspomagane Wywiady Internetowe (CAWI) z mieszkańcami Starachowic (kwestionariusz do samodzielnego wypełnienia przez respondentów w formie elektronicznej), próba N=233 osoby
4	20 IDI z realizatorami usług społecznych, lokalnymi liderami, osobami kluczowymi, przedstawicielami CUS, lokalnymi ekspertami
5	Badania jakościowe: 5 FGI/warsztatów Service Design dla pięciu grup odbiorców: <ul style="list-style-type: none"> - osoby starsze, - osoby z niepełnosprawnościami, - rodziny w kryzysie, - osoby w kryzysie bezdomności, - osoby długotrwale bezrobotne.
6	opracowanie raportu i rekomendacji
7	konsultacje społeczne

2. Kluczowe informacje z badania

Na podstawie informacji zgromadzonych na różnych etapach badania można stwierdzić, że kluczowym wyzwaniem pod kątem świadczenia usług społecznych są negatywne trendy i prognozy demograficzne. W Starachowicach systematycznie rośnie udział seniorów w populacji, czego konsekwencją są narastające potrzeby w zakresie usług, skierowanych do tej grupy odbiorców. W zależności od wieku, sprawności i stanu zdrowia

mogą to być np. usługi o charakterze aktywizująco-integracyjnym lub opiekuńcze. Innym ważnym trendem jest depopulacja miasta, która wpływa m.in. na zmniejszającą się liczbę uczniów w miejscowych placówkach edukacyjnych, a także malejącą liczbę osób wchodzących na rynek pracy.

Starachowice są miastem uprzemysłowionym, o relatywnie dobrej kondycji rynku pracy. Ważną rolę odgrywają pracodawcy skupieni w Specjalnej Strefie Ekonomicznej „Starachowice” S.A.

Zjawisko bezrobocia, a także ubóstwa i wykluczenia społecznego ma charakter punktowy, tj. obejmuje środowiska, czy różne kategorie osób o specjalnych potrzebach. Najczęściej występującymi przyczynami trudnej sytuacji życiowej osób i rodzin, a jednocześnie powodami ubiegania się o pomoc społeczną są: długotrwała lub ciężka choroba, ubóstwo, niepełnosprawność, bezrobocie i alkoholizm.

Aktywność i kapitał społeczny w Starachowicach znajdują się na raczej niskim poziomie. Świadczy o tym m.in. uczestnictwo w wyborach samorządowych, frekwencja w głosowaniu na projekty w ramach budżetu obywatelskiego, a także relatywnie niska liczba organizacji „trzeciego sektora”. Na podstawie wyników badań ankietowych stwierdzono niski poziom zaufania w relacjach z innymi, dość wysoki jest natomiast poziom zadowolenia z relacji sąsiedzkich.

Postrzegana jakość życia w mieście utrzymuje się na średnim, przeciętnym poziomie. Jeśli chodzi o ocenę jakości różnych obszarów usług społecznych, najwyżej oceniono szeroko rozumiane usługi edukacyjne (przedszkola, szkoły podstawowe i ponadpodstawowe). Wysokie oceny zyskała również oferta dla seniorów, a także usługi z obszaru pomocy społecznej. Najwięcej wątpliwości budzi jakość oraz dostępność mieszkań komunalnych i socjalnych, ponadto relatywnie niskie oceny formułowano względem usług ochrony zdrowia, a także działań na rzecz promocji zdrowia i zdrowego trybu życia.

Jeśli chodzi o pożądane kierunki działań, ankietowani w największym stopniu oczekują poprawy dostępności oraz jakości usług ochrony zdrowia, a także inwestycji w mieszkalnictwo socjalne i komunalne, a także zapewnienia dostępu do mieszkań wspieranych (chronionych).

Co do zasady, usługi społeczne powinny być kierowane do społeczności lokalnej, a więc do różnych grup mieszkańców. Jeśli chodzi o grupy wieku, najczęściej wymieniano w tym kontekście seniorów w wieku 61-80 lat, a także młodzież w wieku lat 16-19. W przypadku grup kategoryalnych badani najczęściej wymieniali osoby z niepełnosprawnościami, kobiety, osoby doświadczające przemocy w rodzinie, mężczyźni, osoby bezrobotne, rodziny z dziećmi, jak również osoby znajdujące się w szczególnie trudnej sytuacji ekonomicznej.

Respondenci najczęściej deklarują chęć skorzystania z szeroko rozumianych programów kulturalnych, programów wspomagających zdrowie i zdrowy tryb życia, oferty sportowej i rekreacyjnej, jak również mobilnego konserwatora (złotej rączki). Pozostałe usługi postrzegane są jako potrzebne dla mieszkańców Starachowic, choć ankietowani niekoniecznie chcieliby skorzystać z nich osobiście. W największym stopniu dotyczy to opieki wytchnieniowej dla opiekunów faktycznych, mieszkań chronionych(wspieranych) dla seniorów oraz osób i rodzin w kryzysie oraz usług opieki nad dziećmi dla osób w kryzysie.

W świetle uzyskanych wyników pomiaru można stwierdzić, że poziom akceptacji dla korzystania z odpłatnych usług społecznych jest wysoki. Prawie 2/3 badanych deklaruje chęć skorzystania z odpłatnych usług społecznych, jeśli będą one łatwiej dostępne dla mieszkańców. Blisko 1/4 preferuje korzystanie z bezpłatnych usług społecznych, nawet jeśli ich podaż i – co za tym idzie – dostępność byłaby mniejsza.

Najważniejsze zagadnienia społeczne Starachowic to – w świetle uzyskanych wyników – starzenie się społeczeństwa (zwiększanie się udziału seniorów w populacji), nadużywanie i uzależnienie od alkoholu, a także zła sytuacja mieszkaniowa i zły stan zdrowia społeczeństwa. Około 1/3 badanych jako problem społeczny postrzega niski poziom aktywności społecznej mieszkańców.

68 proc. badanych seniorów deklaruje chęć skorzystania przynajmniej z jednej usługi, skierowanej do tej grupy odbiorców. 53 proc. ankietowanych seniorów chciałoby skorzystać z usług kawiarenki internetowej „E-seniorek”, 40 proc. – z usług Klubu Senior+, 34 proc. - z zajęć komputerowych dla seniorów, 16 proc. – z oferty Dziennego Domu Senior+, 15 proc. – z usług opiekuńczych, świadczonych w miejscu zamieszkania odbiorcy, zaś 5 proc. – z usług asystenta, świadczonych w miejscu zamieszkania odbiorcy.

60 proc. badanych osób z niepełnosprawnościami chciałoby skorzystać z przynajmniej jednej usługi dla tej grupy odbiorców. Respondenci deklarują chęć skorzystania z następujących możliwości: specjalistycznych usług opiekuńczych (dla osób z zaburzeniami psychicznymi) w miejscu zamieszkania odbiorcy – 31 proc., usług opiekuńczych świadczonych w miejscu zamieszkania odbiorcy – 18 proc., Warsztatów Terapii Zajęciowej – 16 proc., usług Środowiskowego Domu Samopomocy – 12 proc. oraz usług asystenta, świadczonych w miejscu zamieszkania odbiorcy – 5 proc.

86 proc. badanych osób w kryzysie bezdomności chciałoby skorzystać z przynajmniej jednej usługi dla tej grupy odbiorców. 75 proc. ankietowanych z tej grupy chciałoby skorzystać z usługi noclegowej w noclegowni, 44 proc. – ze świadczeń usługowych, jak np. obiady w stołówce Caritasu, 43 proc. – z aktywizacji zawodowej (np. prac społecznie użytecznych, staży, kursów zawodowych), 39 proc. – ze świadczeń finansowych, zaś 11 proc. – z aktywizacji społecznej.

79 proc. badanych osób bezrobotnych chciałoby skorzystać z przynajmniej jednej usługi dla tej grupy odbiorców. 57 proc. ankietowanych z tej grupy chciałoby skorzystać z pomocy w aktywnym poszukiwaniu pracy, 53 proc. – z kursów i szkoleń, 38 proc. – z pomocy w dotarciu do pracodawców, 36 proc. – z pośrednictwa i doradztwa zawodowego, 27 proc. – z pośrednictwa pracy, 17 proc. – aktywizacji społecznej, zaś kolejnych 17 proc. – z doradztwa edukacyjnego.

74 proc. badanych przedstawicieli rodzin w kryzysie chciałoby skorzystać z przynajmniej jednej usługi dla tej grupy odbiorców. 33 proc. ankietowanych z tej grupy chciałoby skorzystać z usług brokera pracy, 27 proc. – z porad psychologicznych, 26 proc. – z mieszkań chronionych, 21 proc. – z porad terapeutycznych, 12 proc. – z usług asystenta rodziny, 10 proc. – z porad pedagogicznych, a 7 proc. – z możliwości opieki nad dziećmi.

Centrum Usług Społecznych powinno pełnić rolę koordynatora i współtwórcy lokalnego rynku usług, podmiotu sieciującego JST, PES, NGO, biznes i mieszkańców. Funkcją CUS jest również zapewnienie odpowiedniej jakości usług, m.in. poprzez tworzenie i monitorowanie standardów, a także uwiarygodnienie usługodawców (np. system certyfikacji, czy akredytacji).

Lokalny rynek usług społecznych znajduje się we wczesnym stadium rozwoju i musi być tworzony od podstaw. Większość potencjalnych usługodawców (np. organizacje pozarządowe) realizuje cenne przedsięwzięcia dla miejscowej społeczności, jednak w dużym stopniu nie są oni przygotowani (np. pod względem organizacyjnym i świadomościowym) do profesjonalnego funkcjonowania w paradygmacie usług społecznych (np. realizują zadania publiczne zlecane przez administrację w trybie konkursowym lub podejmują tradycyjnie rozumiane działania społeczne, nie definiując ich w kategoriach świadczenia usług). Wielu dotychczasowych i potencjalnych usługodawców to podmioty oparte na osobach swoich liderów – dość prężnie działających społeczników, jednak często dość zaawansowanych wiekowo i nieposiadających następców (co generuje zagrożenie braku kontynuacji ich działań w przyszłości).

Jednym z kluczowych wyzwań stojących przed CUS jest konieczność świadczenia usług dla lokalnej społeczności, a więc dla wszystkich grup mieszkańców. Oznacza to, że Centrum będzie adresować swoje działania do trzech głównych grup klientów: mieszkańców niebędących klientami pomocy społecznej, klientów hybrydowych (klientów usług społecznych z niewielkim komponentem świadczeń z systemu pomocy społecznej) oraz klientów pomocy społecznej. CUS wdrożył rozwiązania, mające sprzyjać świadczeniu usług dla tak zróżnicowanej grupy odbiorców – usługi powszechne będą umiejscowione w Galerii Skałka, natomiast pomoc społeczna pozostanie w starym budynku MOPS.

Proces tworzenia CUS wymaga również daleko idącej zmiany w samej instytucji. Jak pokazują wyniki badań jakościowych, w zespole CUS istnieją bariery o charakterze świadomościowym, związane z koniecznością zmiany sposobu myślenia (przejścia z funkcjonowania w paradygmacie pomocy społecznej do modelu usługowego).

Poziom wiedzy mieszkańców na temat CUS jest znikomy, co potwierdzają zwłaszcza wyniki badania jakościowego. Poważnym wyzwaniem jest również budowanie wizerunku nowej instytucji w oderwaniu od skojarzeń z MOPS i negatywnego stereotypu pomocy społecznej. Skuteczne wypełnianie roli CUS wiąże się z koniecznością dotarcia z informacją do mieszkańców i zbudowania skutecznej strategii komunikacyjnej.

Wdrożenie projektu CUS w Starachowicach świadczy o innowacyjnym potencjale miasta, miejscowych instytucji i organizacji, a także społeczności lokalnej. Tworzenie CUS

jest projektem pionierskim w skali ogólnopolskiej, którego rezultaty będą inspiracją i źródłem tzw. dobrych praktyk dla innych JST, zainteresowanych wprowadzaniem podobnych rozwiązań w przyszłości. Wydaje się, że wspomniane przedsięwzięcie jest dobrą okazją do eksperymentowania, a więc konstruowania i testowania innowacyjnych rozwiązań w obszarze usług społecznych.

3. Wnioski i rekomendacje

Tabela 2. Wnioski i rekomendacje z badania

Lp.	Wniosek	Rekomendacja
1	Z perspektywy społecznych aspektów rozwoju miasta kluczowe znaczenie mają niekorzystne trendy i perspektywy demograficzne, a więc starzenie się społeczeństwa (zwiększanie się liczby seniorów w populacji) i depopulacja (zmniejszanie się liczby mieszkańców).	Usługi społeczne w mieście powinny odpowiadać na wyzwania związane z niekorzystnymi trendami demograficznymi. Z względu na zjawisko starzenia się populacji konieczna jest kontynuacja przemyślanej polityki senioralnej i tworzenie kompleksowej oferty usług społecznych dla (różnych grup) seniorów. Usługi senioralne to również możliwość tworzenia miejsc pracy dla mieszkańców miasta i wzmocnienia lokalnej gospodarki. Jednocześnie pożądane jest tworzenie atrakcyjnej oferty usług dla innych grup odbiorców, w tym m.in. młodzieży, czy rodzin z dziećmi, które sprzyjać będą zapewnieniu wysokiej jakości życia w Starachowicach. W ten sposób możliwe będzie spowolnienie procesu depopulacji społeczności lokalnej, co zresztą jest jednym ze strategicznych celów rozwoju miasta.
2	Centrum Usług Społecznych powinno pełnić rolę koordynatora i współtwórcy lokalnego rynku usług, podmiotu sieciującego JST, PES, NGO, biznes i mieszkańców. Funkcją CUS jest również zapewnienie odpowiedniej jakości usług, m.in. poprzez tworzenie i monitorowanie standardów, a także uwiarygodnienie usługodawców (np. system certyfikacji, czy akredytacji).	Rekomenduje się utworzenie systemu skutecznej koordynacji oraz akredytacji i certyfikacji usług społecznych. Pożądane byłoby wejście CUS w rolę podmiotu tworzącego i egzekwującego standardy w celu zapewnienia odpowiedniej jakości usług. W świetle zebranych informacji kluczową kwestią nie jest zatem sama zasadność tego rodzaju standaryzacji, lecz sposób realizacji tego procesu. W szczególności chodzi tu o dostosowanie standardów do realiów świadczenia poszczególnych usług, uwzględnienie uwarunkowań lokalnych, a także określenie właściwego poziomu szczegółowości wprowadzanych regulacji. Część rozmówców zaleca jednak ostrożne podejście do wprowadzania tego rodzaju rozwiązań, ponieważ – w ich opinii – istnieje niebezpieczeństwo nadmiernego biurokratyzowania procesu świadczenia usług społecznych. Na podstawie zebranych informacji można sformułować kilka pożądanych cech procesu standaryzacji , które

		– zdaniem uczestników badania – sprzyjają zapewnieniu wysokiej jakości usług. Do tego rodzaju atrybutów można zaliczyć: dość wysoki poziom ogólności (generalne ramy, określenie warunków brzegowych), z dużym zakresem autonomii dla poszczególnych usługodawców, koncentracja na odbiorcach i ich potrzebach, ale połączona z szeroko rozumianym wsparciem usługodawców, użyteczność, adekwatność do potrzeb i realność wdrożenia i egzekucji.
3	Lokalny rynek usług społecznych znajduje się we wczesnym stadium rozwoju i musi być tworzony od podstaw. Większość potencjalnych usługodawców (np. organizacje pozarządowe) realizuje cenne przedsięwzięcia dla miejscowej społeczności, jednak w dużym stopniu nie są oni przygotowani (np. pod względem organizacyjnym i świadomościowym) do profesjonalnego funkcjonowania w paradygmacie usług społecznych (np. realizują zadania publiczne zlecane przez administrację w trybie konkursowym lub podejmują tradycyjnie rozumiane działania społeczne, nie definiując ich w kategoriach świadczenia usług). Wielu dotychczasowych i potencjalnych usługodawców to podmioty oparte na osobach swoich liderów – dość prężnie działających społeczników, jednak często dość zaawansowanych wiekowo i nieposiadających następców (co generuje zagrożenie braku kontynuacji ich działań w przyszłości).	Rekomenduje się utworzenie systemu wsparcia usługodawców przez CUS . Proponuje się oddelegowanie osoby i/lub wyodrębnienie komórki organizacyjnej w ramach CUS, która pomagałaby realizatorom usług np. w sprawach administracyjnych, ale również merytorycznych (w tym związanych z zapewnieniem wysokiej jakości usług). Rolą CUS jest tworzenie profesjonalnego rynku usług społecznych, zatem konieczne jest zainwestowanie i „wychowywanie” usługodawców, których większość aktualnie nie jest gotowych do funkcjonowania w modelu usług społecznych. Konieczne jest również podjęcie działań informacyjnych i edukacyjnych, sprzyjających profesjonalizacji sektora usługodawców. Tworzenie rynku usługodawców to również inwestowanie w lokalnych liderów, w tym wspieranie procesów sukcesji w miejscowych organizacjach. Tego rodzaju działania należy rozpatrywać w ujęciu procesowym, a także w dłuższej perspektywie czasowej.
4	Jednym z kluczowych wyzwań stojących przed CUS jest konieczność świadczenia usług dla lokalnej społeczności, a więc dla wszystkich grup mieszkańców. Oznacza to, że Centrum będzie adresować swoje działania do trzech głównych grup klientów: mieszkańców niebędących klientami pomocy społecznej, klientów hybrydowych (klientów usług społecznych z niewielkim komponentem świadczeń z systemu pomocy społecznej) oraz klientów pomocy społecznej. CUS wdrożył rozwiązania, mające sprzyjać świadczeniu usług dla tak zróżnicowanej grupy odbiorców – usługi powszechne będą umiejscowione w Galerii Skałka, natomiast pomoc społeczna pozostanie w starym budynku MOPS.	CUS wdrożył rozwiązania mające na celu przestrzenne odseparowanie usług społecznych o charakterze powszechnym od obsługi świadczeń z systemu pomocy społecznej . Z pewnością ten podział ułatwi mieszkańcom uchwycenie nowej misji instytucji, ponadto sprzyjać będzie budowaniu pozytywnego wizerunku nowej instytucji (odcięcia się od stereotypu MOPS-u). Jednocześnie tego rodzaju rozwiązanie niesie również pewne zagrożenia, związane z dodatkową stygmatyzacją klientów części pomocowej, która będzie symbolicznie i realnie odgradzona od zwykłych mieszkańców. W związku z powyższym konieczne jest podjęcie działań na rzecz minimalizacji tego zjawiska.
5	Proces tworzenia CUS wymaga również daleko idącej zmiany w samej instytucji. Jak pokazują wyniki badań jakościowych, w zespole CUS istnieją bariery o charakterze	Rekomenduje się podjęcie działań informacyjnych i edukacyjnych, zmierzających do zmiany tego stanu rzeczy . Przełamanie barier świadomościowych oznacza konieczność wdrożenia procesu zmiany,

	<p>świadomościowym, związane z koniecznością zmiany sposobu myślenia (przejścia z funkcjonowania w paradygmacie pomocy społecznej do modelu usługowego).</p>	<p>polegającej na przygotowaniu pracowników CUS do funkcjonowania w modelu usługowym. Proponuje się skonstruowanie wielowymiarowego i interdyscyplinarnego systemu wsparcia zespołu CUS, z zastosowaniem różnych metod i technik (np. warsztatów, szkoleń, wizyt studyjnych, usług doradczych). Tego rodzaju zmiana z pewnością wymaga czasu, a jej rezultaty będą widoczne w dłuższej perspektywie.</p>
6	<p>Poziom wiedzy mieszkańców na temat CUS jest znikomy, co potwierdzają zwłaszcza wyniki badania jakościowego. Poważnym wyzwaniem jest również budowanie wizerunku nowej instytucji w oderwaniu od skojarzeń z MOPS i negatywnego stereotypu pomocy społecznej. Skuteczne wypełnianie roli CUS wiąże się z koniecznością dotarcia z informacją do mieszkańców i zbudowania skutecznej strategii komunikacyjnej.</p>	<p>Pożądanym jest opracowanie precyzyjnego planu komunikacji CUS ze społecznością lokalną, obejmującego m.in. określenie kluczowych kanałów (nośników) informacji, jak np. lokalne media, w tym społecznościowe, ogłoszenia i ulotki, czy bezpośrednie spotkania z mieszkańcami. Konieczne jest również wypracowanie i komunikowanie puli argumentów, a więc korzyści płynących z powstania CUS (dla mieszkańców – lokalnej społeczności oraz dla miasta jako jednostki samorządu terytorialnego). Z pewnością warto prowadzić kampanie społeczne, a także szeroko rozumiane działania edukacyjne w tym obszarze.</p>
7	<p>Bardzo istotnym wyzwaniem jest włączanie mieszkańców w proces projektowania i organizacji usług społecznych w mieście, tym bardziej, że – jak pokazują badania – aktywność i kapitał społeczny w Starachowicach znajdują się na raczej niskim poziomie. Świadczy o tym m.in. uczestnictwo w wyborach samorządowych, frekwencja w głosowaniu na projekty w ramach budżetu obywatelskiego, a także relatywnie niska liczba organizacji „trzeciego sektora”. Na podstawie wyników badań ankietowych stwierdzono niski poziom zaufania w relacjach z innymi, dość wysoki jest natomiast poziom zadowolenia z relacji sąsiedzkich.</p>	<p>Zgodnie z ideą CUS, usługi społeczne powinny zostać uspołecznione, czy obudowane aktywnością mieszkańców. Tworzenie profesjonalnego rynku usług i sieci usługodawców nie może pozostawać w sprzeczności z misją i wrażliwością społeczną. W tym kontekście szczególnie istotną rolę pełnić będą organizatorzy społeczności lokalnej, działający na zmotywowanie i włączanie (różnych grup) mieszkańców. Konieczne jest prowadzenie systematycznych mikro-diagnoz (w ujęciu przestrzennym lub kategoryjnym) i ich praktyczne zastosowanie, tj. prowadzenie działań animacyjnych, dopasowanych do precyzyjnie zidentyfikowanych potrzeb. Proponuje się również kontynuację i wzmocnienie innych instrumentów uspołeczniania usług społecznych, jak np. wolontariatu, działań sąsiedzkich, integracji międzypokoleniowej, czy innych rozwiązań o charakterze wzajemnościowym.</p>
8	<p>Jak pokazują badania, wśród badanych mieszkańców Starachowic istnieje dość duże przyzwolenie na tworzenie odpłatnej oferty usług społecznych. Prawie 2/3 badanych deklaruje chęć skorzystania z usług odpłatnych, jeśli będą one łatwiej dostępne dla mieszkańców. Blisko ¼ preferuje korzystanie z bezpłatnych usług społecznych, nawet jeśli ich podaż i – co za tym idzie – dostępność byłaby mniejsza. Powyższy pogląd jest rozpowszechniony przede wszystkim wśród osób o trudnej sytuacji ekonomicznej, które mają problemy z zaspokojeniem</p>	<p>Tworzenie odpłatnej oferty usług społecznych nie może pozostawać w sprzeczności z ich powszechnością i dostępnością dla jak najszerszych grup mieszkańców. Pobieranie opłat za usługi nie jest tożsame z budowaniem komercyjnego modelu ich świadczenia. Owe opłaty powinny być dodatkowym, a nie wiodącym źródłem finansowania lokalnego systemu usług. Środki pobierane od odbiorców powinny służyć zapewnieniu większej dostępności usług, natomiast z całą pewnością nie mogą być czynnikiem wpływającym na standard, czy jakość ich świadczenia. Osobną kwestią pozostaje oczywiście ustalenie odpowiedniej wysokości opłat, być może</p>

	podstawowych potrzeb.	warto rozważyć ustanowienie systemu zniżek dla osób, czy rodzin znajdujących się w szczególnie trudnej sytuacji życiowej i ekonomicznej.
9	Wdrożenie projektu CUS w Starachowicach świadczy o innowacyjnym potencjale miasta, miejscowych instytucji i organizacji, a także społeczności lokalnej. Tworzenie CUS jest projektem pionierskim w skali ogólnopolskiej, którego rezultaty będą inspiracją i źródłem tzw. dobrych praktyk dla innych JST, zainteresowanych wprowadzaniem podobnych rozwiązań w przyszłości. Wydaje się, że wspomniane przedsięwzięcie jest dobrą okazją do eksperymentowania, a więc konstruowania i testowania innowacyjnych rozwiązań w obszarze usług społecznych.	<p>Proponuje się rozważenie sprawdzenia następujących rozwiązań w obszarze usług społecznych:</p> <ul style="list-style-type: none"> - utworzenie internetowej platformy usług społecznych, elektronicznego narzędzia kojarzenia przedstawicieli strony podaźowej i popytowej (usługodawców i usługobiorców), np. poprzez brokering usług społecznych - tworzenie i rozwijanie programów lojalnościowych dla klientów usług społecznych, jak np. funkcjonująca w Starachowicach „Karta Seniora” - w dłuższej perspektywie – rozważenie możliwości zastosowania mechanizmu „płatności za rezultat” w relacjach CUS z usługodawcami - kreowanie innych pomysłów innowacyjnych rozwiązań
10	Jak już wspomnieliśmy, oferta usług społecznych oraz sposób ich świadczenia muszą być dopasowane do precyzyjnie zdiagnozowanych potrzeb odbiorców. Na podstawie zrealizowanych badań można dodać, że wspomniana oferta powinna być wielowymiarowa i kompleksowa. W dużym stopniu chodzi tu o zaspokojenie różnych kategorii potrzeb: niższego i wyższego rzędu.	<p>Rekomenduje się tworzenie dopasowanych do indywidualnych potrzeb odbiorców, możliwie rozbudowanych pakietów usług społecznych. Kompleksowość oferty oznacza również zaspokajanie zróżnicowanych oczekiwań (różnych grup) odbiorców. Tego rodzaju pakiety usług powinny być szerokie i zaspokajać różne kategorie potrzeb odbiorców (podstawowe i bardziej zaawansowane). Warto podkreślić, że dotyczy to wszystkich grup odbiorców, w tym klientów pomocy społecznej, którzy – oprócz świadczeń z systemu pomocy społecznej – mogliby otrzymywać w pakiecie np. usługę edukacyjną lub kulturalną. Być może tego rodzaju strategia konstruowania pakietów usług sprzyjałaby minimalizacji zagrożenia stygmatyzacją osób korzystających z świadczeń z systemu pomocy społecznej, o której mowa w rekomendacji nr 4.</p>
11	Na podstawie badania zidentyfikowano stopień zaspokojenia różnych potrzeb społecznych w Starachowicach, a także ocenę różnych obszarów usług społecznych w mieście. Najwyżej oceniono szeroko rozumiane usługi edukacyjne (przedszkola, szkoły podstawowe i ponadpodstawowe). Wysokie oceny zyskała również oferta dla seniorów, a także usługi z obszaru pomocy społecznej. Najwięcej wątpliwości budzi jakość oraz dostępność mieszkań komunalnych i socjalnych, ponadto relatywnie niskie oceny sformułowano względem usług ochrony zdrowia, a także działań na rzecz promocji zdrowia i zdrowego trybu życia.	<p>Rekomenduje się szczególne uwzględnienie następujących kierunków rozwoju usług społecznych przez CUS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - usługi w obszarze ochrony zdrowia - usługi z obszaru promocji zdrowia i zdrowego trybu życia - mieszkalnictwo socjalne i komunalne, a także tworzenie mieszkań chronionych (wspieranych) dla osób potrzebujących <p>Jeśli chodzi o grupy odbiorców, wymagające specjalnego potraktowania na etapie konstruowania oferty CUS, można wymienić:</p> <ul style="list-style-type: none"> - seniorów - młodzież w wieku 16-19 lat

		<ul style="list-style-type: none"> - rodziny z dziećmi - osoby z niepełnosprawnościami - rodziny w kryzysie, w tym osoby doświadczające przemocy w rodzinie - osoby bezrobotne, w tym długotrwale bezrobotni - osoby i rodziny znajdujące się w szczególnie trudnej sytuacji ekonomicznej
12	<p>Różne grupy odbiorców usług społecznych wyrażają odmienne potrzeby i oczekiwania względem usług społecznych, z jakich chcieliby skorzystać, co jest stwierdzeniem socjologicznie banalnym. Na podstawie przeprowadzonych badań określono zasięg korzystania i poziom zadowolenia z dotychczasowych usług społecznych, jak również zapotrzebowanie na tego rodzaju usługi w przyszłości.</p>	<p>W świetle wyników badania największy potencjał mają następujące usługi społeczne:</p> <p>Usługi dla wszystkich mieszkańców:</p> <ul style="list-style-type: none"> - programy kulturalne - programy wspomagające zdrowie i zdrowy tryb życia - oferta sportowa i rekreacyjna - mobilny konserwator (złota rączka) - inne usługi mają potencjał w odniesieniu do wybranych grup odbiorców o szczególnych potrzebach <p>Usługi dla seniorów:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kawiarenka internetowa „E-seniorek” - Klub Senior+ - zajęcia komputerowe - inne usługi (np. oferta Dniennego Domu Senior+, usługi opiekuńcze lub asystenckie, świadczone w miejscu zamieszkania odbiorcy) mają potencjał w odniesieniu do wybranych grup odbiorców o szczególnych potrzebach <p>Usługi dla osób z niepełnosprawnościami:</p> <ul style="list-style-type: none"> - wszystkie badane usługi (specjalistyczne usługi opiekuńcze dla osób z zaburzeniami psychicznymi w miejscu zamieszkania odbiorcy, usługi opiekuńcze świadczone w miejscu zamieszkania odbiorcy, Warsztaty Terapii Zajęciowej, usługi Środowiskowego Domu Samopomocy, usługi asystenta, świadczone w miejscu zamieszkania odbiorcy) mają potencjał w odniesieniu do wybranych grup odbiorców o szczególnych potrzebach <p>Usługi dla osób w kryzysie bezdomności:</p> <ul style="list-style-type: none"> - usługa noclegowa w noclegowni - świadczenia usługowe, jak np. obiady w stołówce Caritasu - aktywizacja zawodowa (np. prace społecznie użyteczne, staże, kursy zawodowe) - świadczenia finansowe - usługa aktywizacji społecznej może mieć potencjał w odniesieniu do wybranych grup odbiorców o szczególnych potrzebach

	<p>Usługi dla osób bezrobotnych:</p> <ul style="list-style-type: none">- pomoc w aktywnym poszukiwaniu pracy- kursy i szkolenia- pomoc w dotarciu do pracodawców- pośrednictwo i doradztwo zawodowe- pośrednictwo pracy- aktywizacja społeczna i doradztwo edukacyjne mają potencjał w odniesieniu do wybranych grup odbiorców o szczególnych potrzebach <p>Usługi dla rodzin w kryzysie:</p> <ul style="list-style-type: none">- broker pracy- porady psychologiczne- mieszkania chronione- porady terapeutyczne- usługa asystenta rodziny, porady pedagogiczne oraz możliwość opieki nad dziećmi mają potencjał w odniesieniu do wybranych grup odbiorców o szczególnych potrzebach
--	--