RAPORT

PRZEDSIĘBIORSTWA SPOŁECZNE

METODYKA BADANIA

BADANIE MIAŁO CHARAKTER ILOŚCIOWY. OPIERAŁO SIE NA KWESTIONARIUSZACH WYSYŁANYCH W FORMIE ELEKTORNICZNEJ DO JEDNOSTEK CECHUJĄCYCH SIE KATEGORIĄ POSIADANIA STATUSU PRZEDSIĘBIORSTWA SPOŁECZNEGO.

CZAS EKSPOZYCJI BADANIA OD 15.07.2025 DO 30.09.2025

CEL

CELEM BADANIA BYŁA IDENTYFIKACJA POTRZEB PRZEDSIĘBIORSTW SPOŁECZNYCH W ZAKRESIE WSPARCIA W PROWADZONEJ DZIAŁALNOŚCI

47

47 PRZEBADANYCH PRZEDSIEBIORSTW

Badaniem objęto 47 przedsiębiorstw społecznych funkcjonujących na terenie Polski

24

24 PRZEDSIĘBIORSTWA SPOŁECZNE KORZYSTAŁY Z SEHUB

24 przedsiębiorstwa społeczne zadeklarowały korzystanie z aktywności oferowanych przez Centrum Wsparcia SEHUB

2

39

6

DOMINUJĄCY SEKTOR PROWADZONEJ DZIAŁALNOŚCI

Wśród badanych Przedsiębiorstw Społecznych dominowały organizacje o charakterze usługowym (39), 6 przedsiębiorstw funkcjonowało w sektorze handlowym, natomiast 2 przedsiębiorstwa funkcjonowały w sektorze produkcyjnym.

KORZYSTANIE Z AKTYWNOŚCI OFEROWANYCH PRZEZ CENTRUM WSPARCIA SEHUB

Najczęściej wskazywaną formą były specjalistyczne szkolenia (11 wskazań), obejmujące m.in. coaching czy zarządzanie zasobami ludzkimi. Wysoką popularnością cieszyło się także uczestnictwo w targach ekonomii społecznej (10 wskazań) oraz promocja produktów i usług i korzystanie z sali konferencyjnej (po 8 wskazań). Nieco rzadziej wybierano fizyczną przestrzeń do prezentacji produktów i usług (6 wskazań) oraz pokój do pracy (5 wskazań). Najmniejsze zainteresowanie odnotowano w przypadku programu mobilnościowego (4 wskazania) oraz przestrzeni online do prezentacji produktów i usług (3 wskazania).

15

15 PRZEDSIEBIORSTW OCENIA WSPARCIE SEHUB JAKO BARDZO ISTOTNE

Wśród przebadanych przedsiebiorstw społecznych 15 oceniło wsparcie SEHUB jako bardzo istotne, 7 - jako raczej istotne, natomiast 1 przedsiębiorstwo oceniło jako raczej nieistotne

20

20 PRZEDSIĘBIORSTW SPOŁECZNYCH ZDECYDOWANIE POLECIŁOBY SEHUB

Wśród badanych przedsiębiorstw społecznych, które skorzystały z usług centrum wsparcia SEHUB - 20 zdecydowanie poleciłoby udział w inicjatywach opartych na modelu SEHUB, natomiast 4 - raczej poleciłyby takie aktywności.

OSIĄGNIETE KORZYŚCI DZIĘKI WDROŻENIU ROZWIĄZAŃ ZAPROPONOWANYCH W MODELU WSPARCIA PRZEDSIĘBIORSTW SEHUB

Najczęściej wskazywane rezultaty dotyczyły wzrostu i rozwoju przedsiębiorstw społecznych oraz włączenia na rynek pracy osób wykluczonych społecznie (po 14 podmiotów), a także zwiększenia aktywizacji zawodowej tych osób (12 podmiotów). W dalszej kolejności przedsiębiorstwa wskazywały na intensyfikację działalności marketingowej oraz pozyskiwanie partnerów zewnętrznych w ramach sieciowania (po 8 podmiotów), jak również na zwiększenie kompetencji w zakresie uruchamiania i prowadzenia działalności (6 podmiotów) oraz pozyskanie dofinansowania ze środków publicznych (5 podmiotów). Brak natomiast deklaracji dotyczących uruchomienia nowych podmiotów społecznych oraz podnoszenia kompetencji miękkich kadry zarządzającej.

POŻĄDANE USŁUGI OFEROWANYCH PRZEZ CENTRUM WSPARCIA PRZEDSIĘBIORSTW SPOŁECZNYCH SEHUB

Najczęściej wskazywano na potrzebę specjalistycznych szkoleń, takich jak coaching, współfinansowanie ze środków publicznych czy zarządzanie zasobami ludzkimi (34 wskazania), a także na promocję produktów i usług (24 wskazania). Dużą liczbę wskazań uzyskały również programy mobilnościowe (18) oraz uczestnictwo w targach ekonomii społecznej (17). Mniejsze, choć istotne znaczenie miała przestrzeń online do prezentacji produktów i usług (13 wskazań) oraz sala konferencyjna do pracy w większych grupach (11 wskazań). Relatywnie najmniej wskazań dotyczyło fizycznej przestrzeni do prezentacji produktów i usług (9) oraz pokoju do pracy (5).