



TASKFORCOME

**TASKFORCOME:
TRANSNATIONAL ACTION TO ADVANCE SKILLS AND
COMPETENCES FOR COMMUNITY ENGAGEMENT
AND SOCIAL MIGRANTS ENTREPRENEURSHIP INITIATIVES
IN THE CENTRAL EUROPE**

Transnacionalna akcija za unaprjeđenje vještina i kompetencija za angažman zajednice te društvene inicijative za poduzetništvo migranata u Srednjoj Europi



**D.C.2.3 - TASKFORCOME Alati za
obrazovanje, osposobljavanje i
podršku
- Publikacija
(vezana za O.T2.1 i O.T2.2)**

1. UVOD

TASKFORCOME se bavi dvama glavnim izazovima Europe danas: radom i društvenom integracijom sve većeg broja doseljenika te sustavnom realizacijom društvenih inovacija kao snažnog pokretača društvenog i ekonomskog razvoja.

Daljnji izazov je razviti ekosustave za inkluziju i društvene inovacije, gdje ključni akteri koriste nove metode rada kako bi pružili usluge i mogućnosti građanima za poduzetničko poslovanje, zajedno sa sveučilištima, nevladnim organizacijama, javnim tijelima i građanima, u svrhu stvaranja uvjeta za inovacije i razvoj.

Slika 1: Početna stranica TASKFORCOME platforme za e-učenje za iPad Pro (talijanski jezik).



2. TASKFORCOME PLATFORMA ZA E-UČENJE

2.1. POČETNA STRANICA

Početna stranica podijeljena je u niz blokova. U gornjem desnom dijelu nalaze se dva objekta: i) gumb "Prijava", koji omogućava korisniku autentifikaciju na platformi, i ii) birač jezika, koji omogućava odabir jezika za navigaciju između materinskih jezika pet zemalja uključenih u TASKFORCOME, uključujući i engleski. U zaglavlju se nalazi poveznica na web stranicu programa *Interreg* za Srednju Europu i poveznice na društvene mreže koje preusmjeravaju na kanale društvenih medija projekta, uključujući Facebook, Twitter i YouTube. Odmah ispod, "kvačica" prikazuje najave o važnim događajima. Pored toga, unutar "slider-a" nalaze se slike HUB-ova koji sudjeluju u projektu.

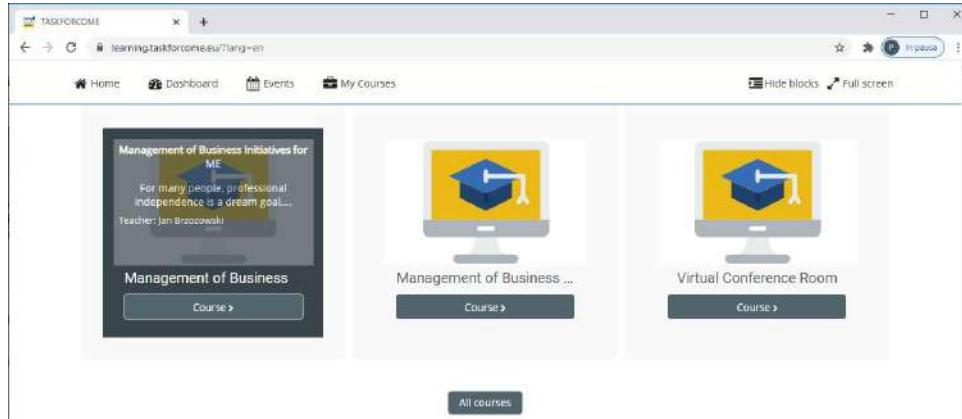
U središnjem dijelu stranice, nalazi se šest kategorija povezanih s HUB-ovima (pet lokalnih HUB-ova i transnacionalni virtualni HUB). "Podnožje" zatvara stranicu ugrađenim logotipima i poveznicama partnera koji sudjeluju u projektu.

Pristup tečajevima strogo je povezan s autentifikacijom korisnika, korisničkim imenom i lozinkom. Korisnike stvara administrator web mjesta, a svakom od njih dodjeljuje se uloga (upravitelj, učitelji, studenti itd.).

Nakon autentifikacije, iznad "podnožja" prikazuje se popis tečajeva na koje je korisnik prijavljen (vidi sliku 2).

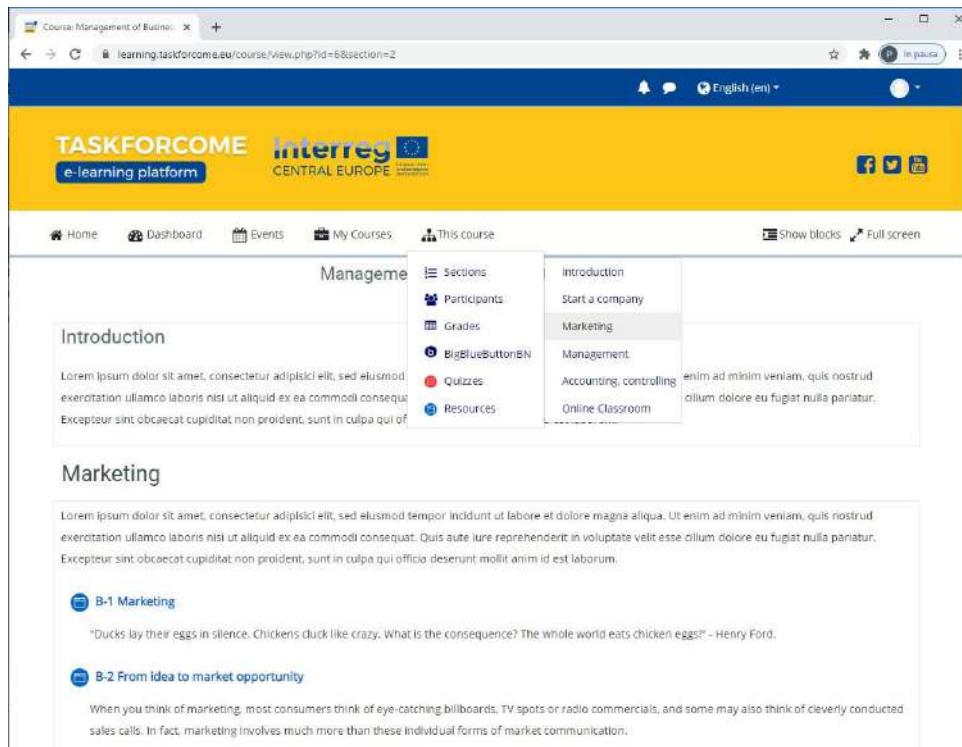
Kao što je projektom predviđeno, stvoreno je pet kategorija, po jedna za svaki HUB, unutar kojih će biti uključen jedan ili više tečajeva za obuku doseljenika koji pripadaju odgovarajućem HUB-u. To će omogućiti svakom učitelju da predloži određene sadržaje koji se pridržavaju nacionalnih propisa i vode se uvjetima na tržištu rada u svakoj zemlji.

Donja slika prikazuje mali dio tečajeva austrijskog HUB-a.



The screenshot shows the homepage of the TASKFORCOME e-learning platform. At the top, there is a navigation bar with links for Home, Dashboard, Events, My Courses, Hide blocks, and Full screen. Below the navigation bar, there are three course thumbnails. The first thumbnail is titled "Management of Business Initiatives for ME" and features a graduation cap icon. The second thumbnail is titled "Management of Business ..." and also features a graduation cap icon. The third thumbnail is titled "Virtual Conference Room" and features a computer monitor icon. At the bottom of the page, there is a button labeled "All courses".

Slika 2: Popis tečajeva na koje je korisnik prijavljen.



The screenshot shows a course page titled "Management of Business Initiatives for ME". At the top, there is a navigation bar with links for Home, Dashboard, Events, My Courses, This course, Show blocks, and Full screen. Below the navigation bar, there is a sidebar with sections for Sections, Participants, Grades, BigBlueButtonBN, Quizzes, and Resources. The main content area is titled "Management" and contains a section titled "Introduction". The introduction text is as follows:

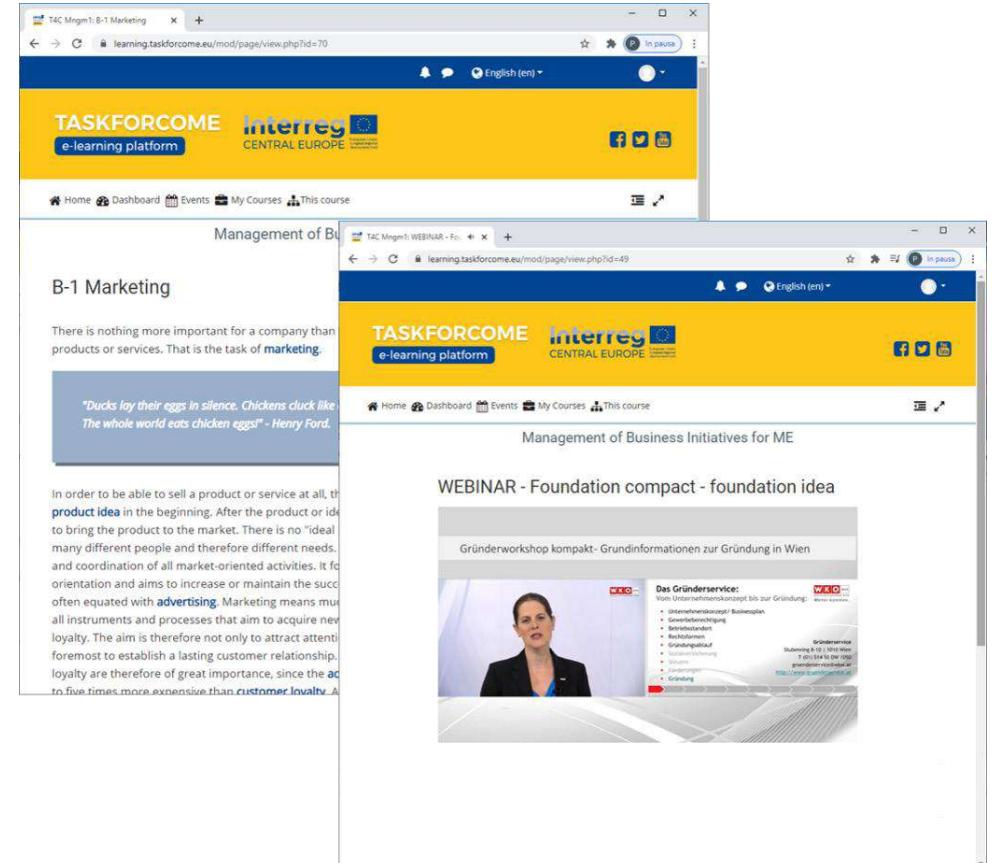
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisci elit, sed eiusmod exercitatio ullamco laboris nisi ut aliquid ex ea commodo consequat. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Below the introduction, there is a section titled "Marketing" which contains the following text:

"Ducks lay their eggs in silence. Chickens duck like crazy. What is the consequence? The whole world eats chicken eggs!" - Henry Ford.

At the bottom of the page, there is another section titled "B-2 From idea to market opportunity" with the following text:

When you think of marketing, most consumers think of eye-catching billboards, TV spots or radio commercials, and some may also think of cleverly conducted sales calls. In fact, marketing involves much more than these individual forms of market communication.



The screenshot shows a course page titled "B-1 Marketing". At the top, there is a navigation bar with links for Home, Dashboard, Events, My Courses, This course, and a language dropdown set to English (en). Below the navigation bar, there is a section titled "Management of Business Initiatives for ME". The main content area contains the following text:

There is nothing more important for a company than products or services. That is the task of **marketing**.

"Ducks lay their eggs in silence. Chickens duck like crazy. What is the consequence? The whole world eats chicken eggs!" - Henry Ford.

In the middle of the page, there is a large text block explaining the importance of marketing:

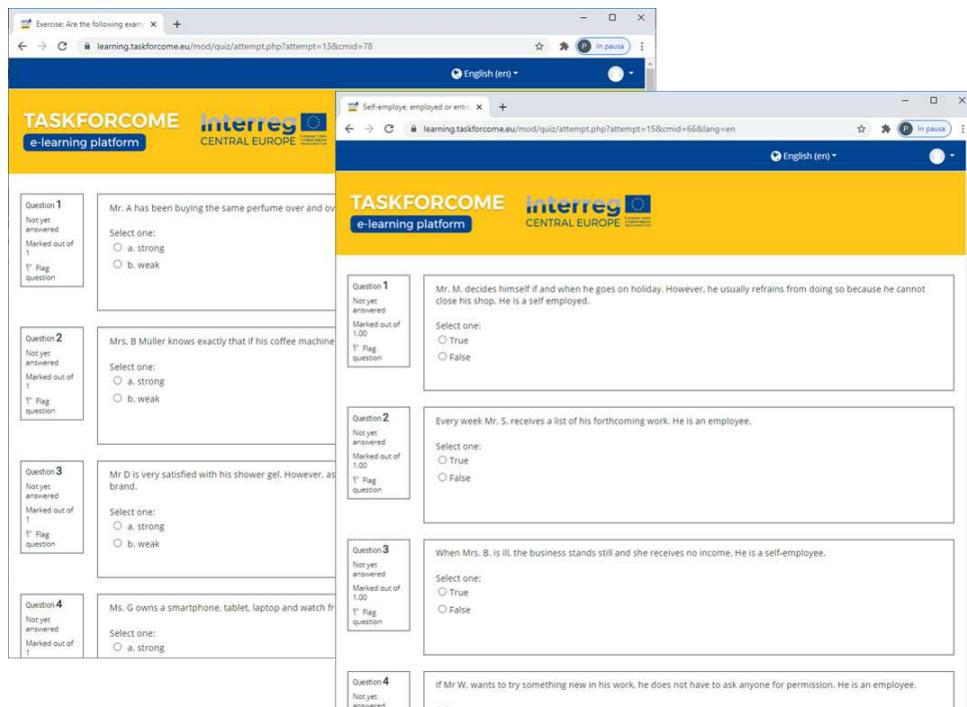
In order to be able to sell a product or service at all, there **product idea** in the beginning. After the product or idea to bring the product to the market. There is no "ideal many different people and therefore different needs, and coordination of all market-oriented activities. If orientation and aims to increase or maintain the success often equated with **advertising**. Marketing means many instruments and processes that aim to acquire new loyalty. The aim is therefore not only to attract attention foremost to establish a lasting customer relationship. Loyalty are therefore of great importance, since the **acquisition costs** five times more expensive than **customer loyalty**.

On the right side of the page, there is a video player showing a woman speaking. The video player has a caption in German: "Gründerworkshop kompakt- Grundinformationen zur Gründung in Wien".

Slika 4: Primjer tekstualnih i video sadržaja u sklopu tečaja austrijskog HUB-a.

<< Slika 3: Dio tečaja koji je održao austrijski HUB.





Slika 5: Primjer "kviza", u dva različita načina: višestruki izbor (lijevo) i točno / netočno (desno).

S druge strane, donja slika prikazuje primjer „Kviza“ s višestrukim izborom i odgovorima točno / netočno.



3. PRIRUČNIK

3.1. CILJEVI PRIRUČNIKA

Priručnik ukratko sadrži pregled potpornih institucija u pet projektnih zemalja i sheme potpore koje nude. Pruža uvid u dostupne sheme potpore u svakoj zemlji. Dakle, omogućuje usporedbu postojećih usluga podrške i presudan je u razvoju inovativnih shema potpore, ciljujući na individualnu i grupnu potporu za definiranje društvene misije i objekta i uspostavljanje strukture društvenog poslovanja.

Priručnik obuhvaća zajedničku definiciju ciljnih skupina, koju je odredio projektni tim TASKFORCOME projekta. Predstavlja rezultate analiza dijaloških skupina za sheme potpore, kao i odabir postojećih organizacija koje nude potporu za ME u pet partnerskih projektnih zemalja te pregled dostupnih shema potpore.

Izrađen je predložak za jedinstvenu registraciju potpornih institucija i njihovih shema potpore. Predložak obuhvaća ime i kontakt podatke o objektima za podršku te opis programa podrške za „Upravljanje poslovnim inicijativama“. Dionicima pruža brz pregled:

- ciljnih skupina objekta za potporu i
- vrste poduzetnih mjera za podršku ciljnim skupinama.

3.2. GLAVNE CILJNE GRUPE PROJEKTA I DEFINICIJE

Polazeći od zajedničke definicije poduzetnika doseljenika (ME, SE, CbSe), projektni partneri projekta TASKFORCOME, za svaku su državu uključenu u projekt dali objašnjenja kako bi se definicija bolje uskladila s regionalnim potrebama u okviru društveno-ekonomske integracije, gdje je jedinstveni nacionalni propisni okvir za svakog projektnog partnera osnova za razvoj svih rezultata i isporučevina potrebnih u projektu:

PODUZETNIK DOSELJENIK

„Poduzetnik doseljenik - osoba s upravljačkom ulogom (osnivač ili suvlasnik poduzeća), samozaposlena osoba ili osoba koja namjerava pokrenuti posao, koja je ili a) rođena u inozemstvu (tj. rođena izvan trenutne države prebivališta) b) barem jedan od njegovih roditelja je rođen izvan države prebivališta c) barem jedan od njegovih baka i djedova je rođen izvan države prebivališta“.

DRUŠTVENI PODUZETNIK

„Društveni poduzetnik je pojedinac vođen misijom koji koristi niz poduzetničkih ponašanja kako bi pružio društvenu vrijednost manje privilegiranim subjektima, a sve kroz poduzetnički orijentirani entitet koji je finansijski neovisan, samodostatan ili održiv.“

Ova definicija kombinira četiri čimbenika po kojima se društveno poduzetništvo razlikuje od ostalih oblika poduzetništva (Abu-Saifan, *Socijalno poduzetništvo: definicije i granice, Pregled upravljanja tehnološkim inovacijama, veljača 2012: 22-37*).

Društveni su poduzetnici, dakle

1. Vođeni misijom, posvećeni služenju svojoj misiji pružanja društvene vrijednosti potrebitima.
2. Djeluju poduzetnički kroz kombinaciju karakteristika koje ih razlikuju od ostalih vrsta poduzetnika.
3. Djeluju u poduzetnički orijentiranim organizacijama koje imaju razvijenu snažnu kulturu inovacija i otvorenosti.
4. Djeluju u finansijski neovisnim organizacijama koje planiraju i izvršavaju strategije zarađenih prihoda. Cilj je postići željenu društvenu vrijednost, a pritom ostati finansijski samodostatan. To se postiže miješanjem društvenih i profitno orijentiranih aktivnosti kako bi se postigla samodostatnost, smanjilo oslanjanje na donacije i državno financiranje i povećao potencijal za širenje isporuke predložene društvene vrijednosti.

Društveno poduzetništvo je pristup start-up tvrtki i poduzetnika u kojem oni razvijaju, finansiraju i provode rješenja za socijalna, kulturna ili ekološka pitanja. Ovaj se koncept može primjeniti na širok spektar organizacija koje se razlikuju u veličini, ciljevima i uvjerenjima.

Sljedeća tablica sažima jedinstvene karakteristike profitno orijentiranih i društvenih poduzetnika te identificira one karakteristike koje će se najvjerojatnije naći u obje vrste poduzetnika:



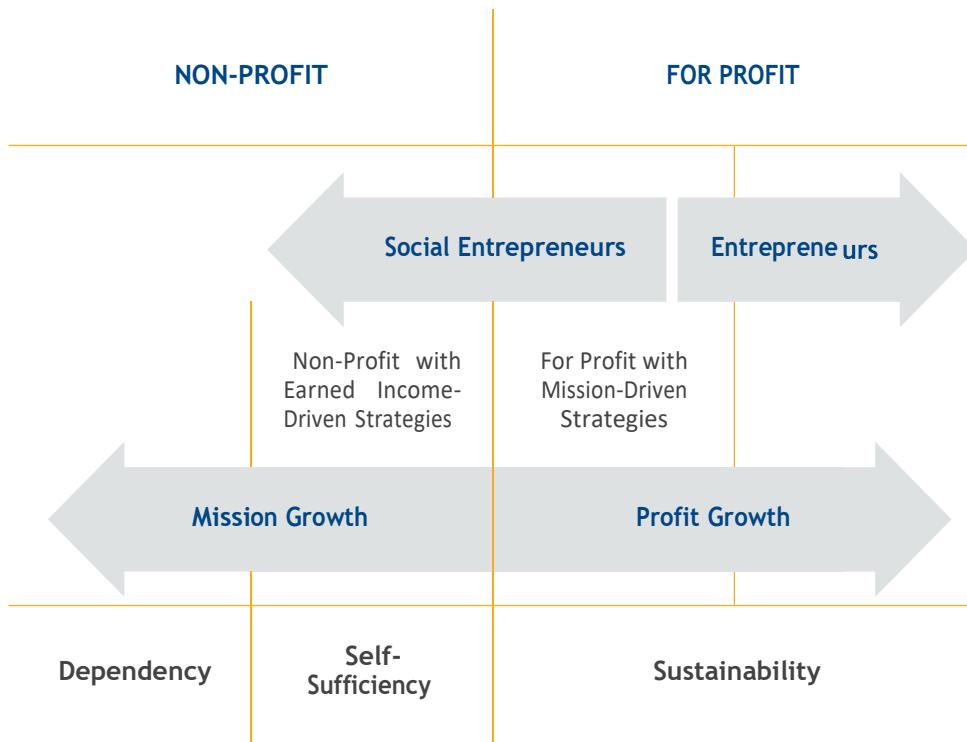
Jedinstvene karakteristike profitno orijentiranih poduzetnika	Zajedničke karakteristike kodoba tipa	Jedinstvene karakteristike društvenih poduzetnika
<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Uspješni organizator <input checked="" type="checkbox"/> Nositelj rizika <input checked="" type="checkbox"/> Strateški mislilac <input checked="" type="checkbox"/> Stvaratelj vrijednosti <input checked="" type="checkbox"/> Holistički arbitar 	<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Inovator <input checked="" type="checkbox"/> Posvećen <input checked="" type="checkbox"/> Poduzimatelj inicijative <input checked="" type="checkbox"/> Vođa <input checked="" type="checkbox"/> Upozorenje na priliku <input checked="" type="checkbox"/> Uporan <input checked="" type="checkbox"/> Predan 	<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Vođa misije <input checked="" type="checkbox"/> Emocionalno osjećen <input checked="" type="checkbox"/> Poduzimatelj promjena <input checked="" type="checkbox"/> Vođa mišljenja <input checked="" type="checkbox"/> Kreator društvene vrijednosti <input checked="" type="checkbox"/> Društveno oprezan <input checked="" type="checkbox"/> Menadžer <input checked="" type="checkbox"/> Vizionar <input checked="" type="checkbox"/> Izrazito odgovoran

Tablica 1: Obilježja profitno orijentiranih i društvenih poduzetnika

Profitno orijentirani poduzetnici obično vrednuju uspješnost koristeći poslovne metrike poput dobiti, prihoda i povećanja cijena dionica. Međutim, društveni poduzetnici su ili neprofitni ili kombiniraju profitne ciljeve sa stvaranjem pozitivnog „povratka u društvo“.

Stoga se koriste različitim vrednovanjima rezultata. Društveno poduzetništvo obično pokušava postići šire društvene, kulturne i ekološke ciljeve koji su često povezani s volonterskim sektorom u područjima kao što su smanjenje siromaštva, zdravstvena njega i razvoj zajednice.

Ponekad se mogu uspostaviti profitna društvena poduzeća koja podržavaju socijalne ili kulturne ciljeve organizacije, ali kojima profit nije primarni cilj. Na primjer, organizacija kojoj je cilj osigurati stanovanje i zapošljavanje beskućnicima može upravljati restoranom kako bi prikupila novac te na taj način i zaposliti beskućnike.



Slika 6: Klasifikacija društvenih poduzetnika

U 2010-ima društveno poduzetništvo se olakšava upotrebom interneta, posebno društvenih mreža i web stranica na društvenim mrežama. Te web stranice omogućuju društvenim poduzetnicima doći brojne ljudi koji nisu geografski bliski, a koji dijele iste ciljeve i potiču ih na internetsku suradnju, uče o problemima, šire informacije o događajima i aktivnostima grupe i prikupljaju sredstva putem crowdfundinga.

DRUŠTVENO PODUZEĆE NA TEMELJU ZAJEDNICE

„Društveno poduzeće koje zajednički formira ili njime upravlja skupina pojedinaca vođenih misijom koji koriste niz poduzetničkih ponašanja kako bi donijeli društvenu vrijednost manje privilegiranim, sve kroz poduzetnički orientirani subjekt koji je finansijski neovisan, samodostatan ili održiv.“



Ujedinjeni narodi razvoj zajednice definiraju kao „proces u kojem se članovi zajednice okupljuju radi sinergijskog poduzimanja akcija i stvaranja rješenja za zajedničke probleme.“ To je širok koncept koji se primjenjuje na prakse gradonačelnika i općinskih načelnika, aktivista, uključenih građana i profesionalaca radi poboljšanja raznih aspekata zajednica, obično s ciljem izgradnje jačih i otpornijih lokalnih zajednica.

Razvoj zajednice nastoji osnažiti pojedince i skupine ljudi vještina koje su im potrebne za promjene unutar njihovih zajednica. Te se vještine često stvaraju formiranjem društvenih skupina koje rade na zajedničkom programu. Ključni akteri u razvoju zajednice moraju razumjeti kako raditi s pojedincima i kako utjecati na položaje zajednica u kontekstu većih socijalnih institucija.

3.3. MOTIVACIJE ZA PODRŠKU PODUZETNICIMA DOSELJENICIMA

Poduzetništvo doseljenika postalo je ključna tema, privlačeci pažnju donositelja odluka i prepoznajući fokus u „Akcijском planu za integraciju državljana trećih zemalja“ i „Akcijском planu za poduzetništvo za 2020. godinu“. Podrška poduzetništvu doseljenika prepoznata je kao europski izazov. Ipak, empirijski i znanstveno je poznato da se doseljenici suočavaju s poteškoćama i preprekama u pokretanju, kao i u vođenju poslovne inicijative. Empirijska potvrda postiže se "Benchmarkingom i analizom potreba" koji provodi TASKFORCOME; znanstvenu potvrdu pruža nekoliko publikacija i opsežna literatura.

Te se prepreke mogu grupirati na sljedeći način:

- ✓ Pristup kreditima, posebno financijskim institucijama: unatoč tome što poduzetnici doseljenici ili startup-ovi primaju male zajmove od članova obitelji i članova svoje etničke zajednice, oni teško dobivaju kredit od banaka ili formalnih financijskih institucija, zbog nedostatka kolateralna.
- ✓ Suočavanje s birokracijom partnerskih zemalja: unatoč tome, koliko godina poduzetnici doseljenici ili start-up tvrtke žive u zemljama domaćinima partnerstva, imaju poteškoća u razumijevanju, eksperimentiranju i upravljanju administrativnim i proceduralnim koracima, posebno u zemljama u kojima "birokracija" posebno utječe i na državljane.
- ✓ Upoznavanje s poslovnim okruženjem i tržištem: budući da poduzetnici doseljenici ili startup-ovi imaju ograničeno znanje o kontekstu okruženja u kojem žive (poznavaju ga kao „odredišno mjesto“ ili su tek stigli, itd.), nedostaje im iscrpna i šira slika tržišnih mogućnosti, ograničuju poslovnu perspektive na etničko ili susjedsko okruženje.
- ✓ Širenje njihove mreže: dio njihove etničke / doseljeničke zajednice, poduzetnici doseljenici ili početnici imaju ograničenu osobnu mrežu, napravljenu za većinu vršnjaka, a zatim ograničavaju mrežni potencijal svog poslovanja.

3.4. SHEME PODRŠKE DEFINIRANE TASKFORCOME-OM

U posljednjim desetljećima mnoge su inicijative osmišljene i provedene za podršku poduzetnicima doseljenicima, kako početnicima, tako i menadžerima postojećih poduzeća. Te se inicijative mogu idealno grupirati u glavne programe ili ciljane programe:

- ✓ Glavni programi definirani su kao inicijative koje ciljaju na sve poduzetnike, a ne određenu skupinu.
- ✓ Ciljni programi definirani su kao inicijative usmjerenе na određeni ciljnu skupinu.

U okviru TASKFORCOME-a i posebno poslovnih inicijativa koje vodi ME, sheme potpore usmjerenе su na pružanje praćenja i olakšavanja, koristeći CSHUB-ove kao okruženje u kojem se 'tradicionalni' programi potpore mogu prikazivati kao višedimenzionalni i usmjereni na korisnike. Stoga koncept sheme potpore u programu TASKFORCOME koji će se provoditi u CSHUB-u predviđa glavne i ciljane mjere, uključujući i daljnje „kriterije“ specifikacije i proširivanje raspona shema potpore na:

- ✓ Strukturirane / formalne usluge koje pružaju profesionalni stručnjaci (pružatelji poslovnih usluga), održane u CSHUB-ima, a koje nude novi način pristupa njihovim uslugama (npr. putujuće službe za pomoć, "pravni savjetnici", itd.).
- ✓ Neformalne prigode koje pružaju lokalni dionici (nevladine organizacije, škole, itd.), organizirane u CSHUB-ima, a koje nude nove načine umrežavanja i stvaranja naprednog znanja (npr. večera umrežavanja, kafić umrežavanj, itd.).
- ✓ Spot / ad hoc intervencije koje pružaju stručnjaci (npr. vanjski stručnjaci), promičući inovativne treninge ili sesije usluga (npr. radionice mentorstva / podučavanja, simulacije poslovnog plana, itd.).

3.5. DIJALOGNE SKUPINE ZA SHEME PODRŠKE

Izvana vidljiva jezgra ovog projekta bit će mrežna informativna platforma za poduzetnike doseljenike, socijalne poduzetnike i društvena središta u zajednici koja vode poduzetnici doseljenici. Treba se obratiti sljedećim dijaloškim skupinama:

Dijaloška skupina	Koji su njihovi interesi? Što traže?
Istraživači	Studije, rezultati istraživanja, mogućnosti za unapređenje istraživanja i znanja ...
Dionici i donositelji politika	Europski, nacionalni, regionalni zahtjevi i politike, primjeri uspješnih provedbenih mjera za promicanje integracije; primjeri inovativnog načina iskorištavanja i učinkovite upotrebe javnih (nacionalnih / europskih) fondova za promicanje poduzetništva za društveno-ekonomski razvoj ...
Pružatelji usluga	Uspješne mjere podrške i programi podrške, opisi programa, čimbenici uspjeha, potrebni resursi, lekcije naučene od drugih pružatelja usluga, podaci za kontakt. Nove usluge, nove sinergije, nove mreže, čak i novi segmenti tržišta ...
Poduzetnici doseljenici	Opisi programa, koja je korist? Što poduzetnik ima od toga? Što se promovira ili podržava, uvjeti promocije, troškovi, detalji za kontakt. To bi mogao biti novi način eksperimentiranja procesa integracije u "Ne u jednosmjernom, već dvosmjernom" smislu? Novi način uspostavljanja (ili održavanja) kontakta sa zemljom porijekla putem poslovanja te doprinos njenom razvoju.
Doseljenički i društveni poduzetnici	Benchmarking - što rade drugi? Koje uspješne studije slučaja postoje u mojoj regiji, u drugim zemljama? Koji su poslovni modeli? Koji je pravni oblik? Kako se financira DP? Koji se porezni modeli koriste? Kako se mjeri uspjeh DP?



3.6. PREDLOŽAK SHEME PODRŠKE ZA INTERAKTIVNU KARTU

Naziv organizacije	
Lokacija	
Web stranica	
Opseg aktivnosti	
CbSE / SE	
Datum osnivanja	
Misija/cilj	
Glavni dionici	
Glavni klijenti	
Ključne usluge	
Programi usmjereni na poduzetnike doseljenike	
Programi usmjereni na imigrante	

Naziv sheme podrške	
Lokacija	
Razina provedbe	
Kontakti	
Ciljna populacija	
Opis prakse	
Vidljivost	<p>Grassroot događaji organizirani u svrhu podizanja svijesti o shemi.</p> <p>Pružatelji usluga fizički odlaze u područja u kojima žive doseljenici kako bi im se obratili.</p> <p>Mreže doseljenika sudjeluju u terenskoj kampanji programa.</p>
Umrežavanje	Pružaju se mogućnosti umrežavanja s drugim doseljenicima i domaćim poduzetnicima, uključujući potencijalne dobavljače i klijente.
Pravni i regulatorni savjeti	Pravne i regulatorne savjete pružaju pravni stručnjaci.
Pojedinac, posao, podrška	Provodi li se procjena izvedivosti za ideje svakog od potencijalnih poduzetnika doseljenika?
Grupna poslovna edukacija	<p>Grupna edukacija obuhvaća znanja i vještine specifične za tržište domaćina, uz module koji pokrivaju većinu aspekata poduzetništva.</p> <p>Pruža niz obuka vezanih uz fazu ideje (<i>seed stage</i>) sve do faze stvaranja i rasta poslovanja.</p> <p>Postoji ravnoteža između teorijskog i praktičnog obučavanja.</p>
Mentorstvo	Osigurano je mentorstvo.
Pristup financijama	<p>Pruža se podrška za izradu poslovnog plana koji se može financirati.</p> <p>Izvršit će se <i>follow-up</i> za nadzor finansijske sposobnosti poduzeća, nakon što se poduzeće uspostavi.</p>
Osiguravanje prostora	<p>Pruža se podrška za pronalaženje (<i>co</i>)working prostora, prodavaonice ili radionice.</p> <p>Pružatelj usluga pomaže doseljeniku osigurati ugovor po cijenama koje si može priuštiti.</p>
Jezična i kulturna osviještenost	<p>Pisane i usmene informacije pružaju se na jezicima koje najčešće govore doseljenici (uključujući web mjesto).</p> <p>Usluge (npr. Poslovno obrazovanje, savjetovanje ili mentorstvo) pružaju se na različitim jezicima koje najčešće govore doseljenici.</p> <p>Broj dostupnih jezika je dovoljan.</p>





TCF HUB



Social Entrepreneurship
Network Austria



UNIVERSITÀ
POLITECNICA
DELLE MARCHE

