



*Izvešće o procjeni društvenog
učinka DOOR-a
u 2024. godini*



Društvo za oblikovanje održivog razvoja

Sadržaj /

1. Društveni učinak projekata DOOR-a 2024. godine / **4**

1.1. Zagovaranje i komuniciranje / **6**

1.2. Obrazovanje i savjetovanje / **8**

1.3. Istraživanje / **10**

2. Digitalna komunikacija, vidljivost i interakcija / **12**

2.1. Društvene mreže / **14**

2.2. Web stranica / **17**

2.3. Newsletter / **18**

3. Percepcije projektnih partnera o provedbi i društvenim učincima projekata / **20**

3.1. Opće informacije / **22**

3.2. Evaluacija provedbe projekata / **23**

3.3. Procjena društvenog učinka projektnih partnera / **24**

4. Zaključak / **25**

1

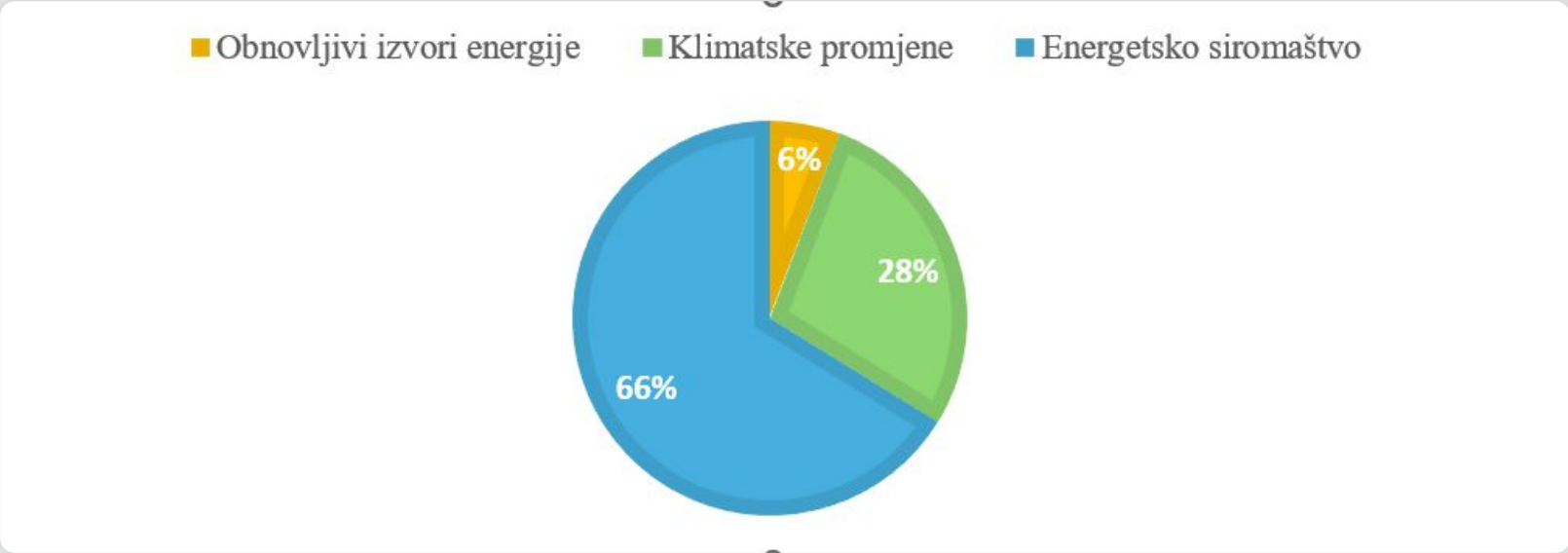
Društveni učinak projekata DOOR-a 2024. godine



U 2024. godini DOOR je nastavio prikupljati i analizirati podatke o provedenim projektnim aktivnostima s ciljem unapređenja unutarnjih praksi i procedura, čime se postiže transparentno, društveno odgovorno i značajno djelovanje u svim strateškim područjima. Temeljem podataka iz 2022. i 2023. godine, dodatno smo unaprijedili proces evaluacije društvenog utjecaja, uspostavljajući nove analitičke tokove i razvijajući instrumente za prikupljanje podataka – među kojima je i „Godišnja anketa o procjeni društvenog utjecaja i provedbe projekta (DOOR-ova anketa za partnere)“ te alati za analizu digitalne komunikacije, vidljivosti i angažmana s našim sadržajem. Internom revizijom poboljšana je proces prikupljanja podataka o projektnim aktivnostima, što omogućava učinkovitije praćenje i evaluaciju učinaka u tri segmenta organizacijskog djelovanja: Zagovaranje i komunikacija; Obrazovanje i savjetovanje; Istraživanje. Ovo poglavlje donosi sažetak rezultata analize društvenih učinaka¹ projektnih aktivnosti provedenih od strane zaposlenika DOOR-a u 2024. godini.

Rezultati analize obuhvaćaju ukupno 139 jedinstvenih aktivnosti provedene u okviru 16 tekućih ili završenih projekata. Od toga, 73 aktivnosti (52,5%) spadaju u područje zagovaranja i komunikacije, 56 (40,3%) su obrazovne i savjetodavne, dok je 10 aktivnosti (7,2%) istraživačkog karaktera. Grafikon 1 prikazuje strukturu aktivnosti, pri čemu gotovo dvije trećine pripisuju projektima u strateškom području energetske siromaštva.

Grafikon 1. Udio projektnih aktivnosti prema strateškom području.



¹Teorijski okvir analize temelji se na konceptualizaciji prikazanoj u Vanclay (2002), pogodnoj za procjenu društvenog učinka organizacija DOOR-ovog institucionalnog profila te koja društveni učinak razumije kao promjenu u nekom od sljedećih područja: (1) Način života; (2) Kultura; (3) Zajednica; (4) Politički sustav; (5) Okoliš; (6) Zdravlje i kvaliteta života; (7) Osobna i vlasnička prava; (8) Strahovi i aspiracije.

1.1. Zagovaranje i komuniciranje

U najzastupljenijem segmentu djelovanja, 12 projekata u sva tri strateška područja DOOR-a provedeno je ukupno 73 aktivnosti zagovaranja i komunikacije, što čini 52,5% svih analiziranih aktivnosti, kategoriziranih u 8 definiranih potkategorija. Te aktivnosti dosegle su približno 16.156 korisnika, od čega je 13.720 (84,9%) iz opće populacije, dok su preostali korisnici – stručnjaci, profesionalci iz OCD-ova, javnog sektora, gospodarstva, učenici i donositelji odluka – prisutni u znatno manjem broju.

Aktivnosti su primarno ostvarene na nacionalnoj razini, dok je manji udio usmjeren na međunarodnu razinu, osobito u projektima usmjerenim na zemlje članice EU-27 (s naglaskom na Srednju i Istočnu Europu, npr. Estoniju, Latviju, Bugarsku i Rumunjsku u okviru projekta LIFE ReHABITA). Osim toga, značajan je učinak lokalno-regionalnog djelovanja, osobito u pilot područjima projekata energetske obnove (npr. Gospić, Lički Osik, Prelog i Čakovec), uz dodatnu aktivnost u Zagrebu.

Tablica 1. Pregled potkategorija zagovaračkih i komunikacijskih aktivnosti, broj korisnika i procjena intenziteta učinaka (PIU) projektnih aktivnosti.

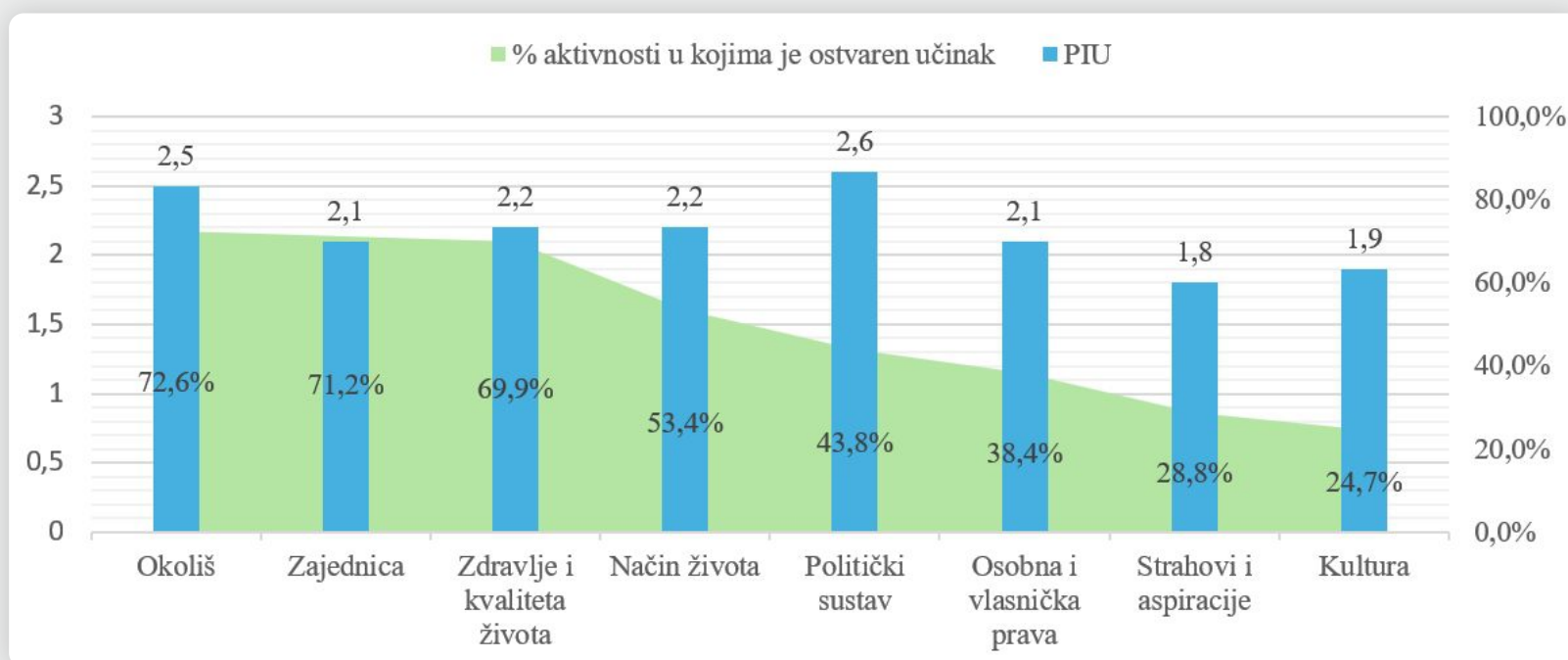
Aktivnost	Frekvencija	Broj korisnika	PIU ¹
Publikacija	35	6.876	2,2 (1,1)
Info dan	9	2.114	2 (1,2)
Umrežavanje i sastanci	9	107	2,3 (1)
Okrugli stol	7	196	1,9 (1,1)
Panel rasprava	6	1.846	2,3 (1,3)
Nastup u medijima	4	-	2,5 (1,3)
Konferencija	2	217	2,3 (1,7)
Posebni digitalni sadržaj	1	4.800	1,2 (0,75)
UKUPNO	73	16.156	2,1 (1,2)

Gornja tablica pokazuje da je gotovo polovica aktivnosti provedenih kroz zagovaranje i komunikaciju ostvarena kroz različite oblike fizičkih i digitalnih publikacija, kao što su trening materijali, vodiči, brošure, informativni letci, studije provedivosti, projektna izvješća, itd. Zajedno s interaktivnim kvizom EcoQuiz u sklopu Europskog klimatskog pakta, kojim je obuhvaćeno 4800 korisnika, ovim aktivnostima obuhvaćeno je gotovo tri četvrtine svih korisnika u ovom segmentu djelovanja. Također, samoprocjena voditelja aktivnosti o intenzitetu učinaka kroz područja učinaka kojima ocjenitelji pripisuju neku razinu učinka pokazuje prosječnu „srednju“ razinu intenziteta učinka (PIU = 2,1), pri čemu su aktivnosti poput nastupa u medijima, konferencija, umrežavanja i publikacija ostvarile natprosječne razine intenziteta učinka.

²Prosječni (neuvjetovani) intenzitet učinaka (PIU) predstavlja aritmetičku sredinu ocjena intenziteta učinaka dodijeljenih od strane provoditelja projektne aktivnosti nakon njezine implementacije na sljedećoj skali: (0) Nema učinka; (1) Slab učinak; (2) Srednji učinak; (3) Jak učinak. Pritom, PIU pokazatelj pokazuje prosječnu vrijednost (aritmetičku sredinu) postignutih učinaka, odnosno, prosječni intenzitet postignutih učinaka za svaku analiziranu aktivnost na skali od 1 do 3. Vrijednost neuvjetovanog PIU pokazatelja koji u izračunu zadržava vrijednosti nule, tj. koji prikazuje prosječni intenzitet učinaka uzimajući u obzir i neostvarena područja učinaka, prikazan je u zagradi s desne strane uvjetovanog PIU pokazatelja.

Grafikon 2 detaljno prikazuje udio aktivnosti zagovaranja i komuniciranja koje postižu određenu razinu učinka po području učinka. Grafikon također u plavim stupcima prikazuje i prosječni intenzitet učinka (PIU) projektnih aktivnosti u području zagovaranja i komuniciranja. Vidljivo je kako u prosjeku većina projektnih aktivnosti zagovaranja i komuniciranja postižu učinke u četiri područja učinka – okoliš, zajednica, zdravlje i kvaliteta života, te način života, pri čemu ova područja, zajedno s područjem političkog sustava postižu i natprosječne razine ukupnog PIU pokazatelja (PIU = 2,2).

Grafikon 2. Zastupljenost učinaka u zagovaračkim i komunikacijskim aktivnostima i prosječni PIU ostvarenih učinaka.



Osim u svrhu prikaza relativnih pokazatelja, kvantifikacija intenziteta učinaka provedenih aktivnosti kroz osam različitih područja učinaka omogućuje izračun kumulativnih ocjena intenziteta učinaka za svako od tih područja. Ovo je korisno u slučajevima učestalih nultih ili niskih ocjena od strane provoditelja projekata. Relativno sukladno prethodno prikazanim podacima, kumulativni ukupni rezultati otkrivaju da aktivnosti komunikacije i zagovaranja imaju najveći utjecaj u područjima okoliša (134), zdravlja i kvalitete života (112) i zajednice (110). U isto vrijeme, niži ukupni iznosi u relevantnim područjima kao što su strahovi i aspiracije (38) te osobna i vlasnička prava (60) signaliziraju prilike za ciljano poboljšanje, posebice s obzirom na činjenicu da su projektne aktivnosti usredotočene na strateško područje energetskog siromaštva (469) imale daleko najveći kumulativni učinak.

1.2. Obrazovanje i savjetovanje

U segmentu obrazovanja i savjetovanja, 14 od 16 analiziranih projekata ostvarilo je 56 aktivnosti, podijeljenih u 5 potkategorija. Te aktivnosti dosegle su 2.429 korisnika, od kojih je 1.548 (63,7%) građana opće populacije, dok je 572 predstavljalo učenike/ice osnovnih škola, srednjih škola te studente/ice. U aktivnostima je sudjelovalo i 94 donositelja odluka iz OCD-ova i javnog sektora te 215 stručnjaka iz javnog, civilnog i privatnog sektora (uključujući 5 znanstvenika). Većina obrazovnih aktivnosti provedena je u Gradu Zagrebu, dok su se projektne aktivnosti realizirale i u Rijeci, Gospiću, Križevcima, Velikoj Gorici, Šibeniku, Ivanić-Gradu, Kloštaru Ivaniću, Prelogu, Čazmi, Lokvama i Čakovcu, s pojedinim aktivnostima na nacionalnoj i međunarodnoj razini (npr. korisnici iz Srbije, Njemačke, Estonije, Španjolske, Češke i drugih zemalja EU-27).

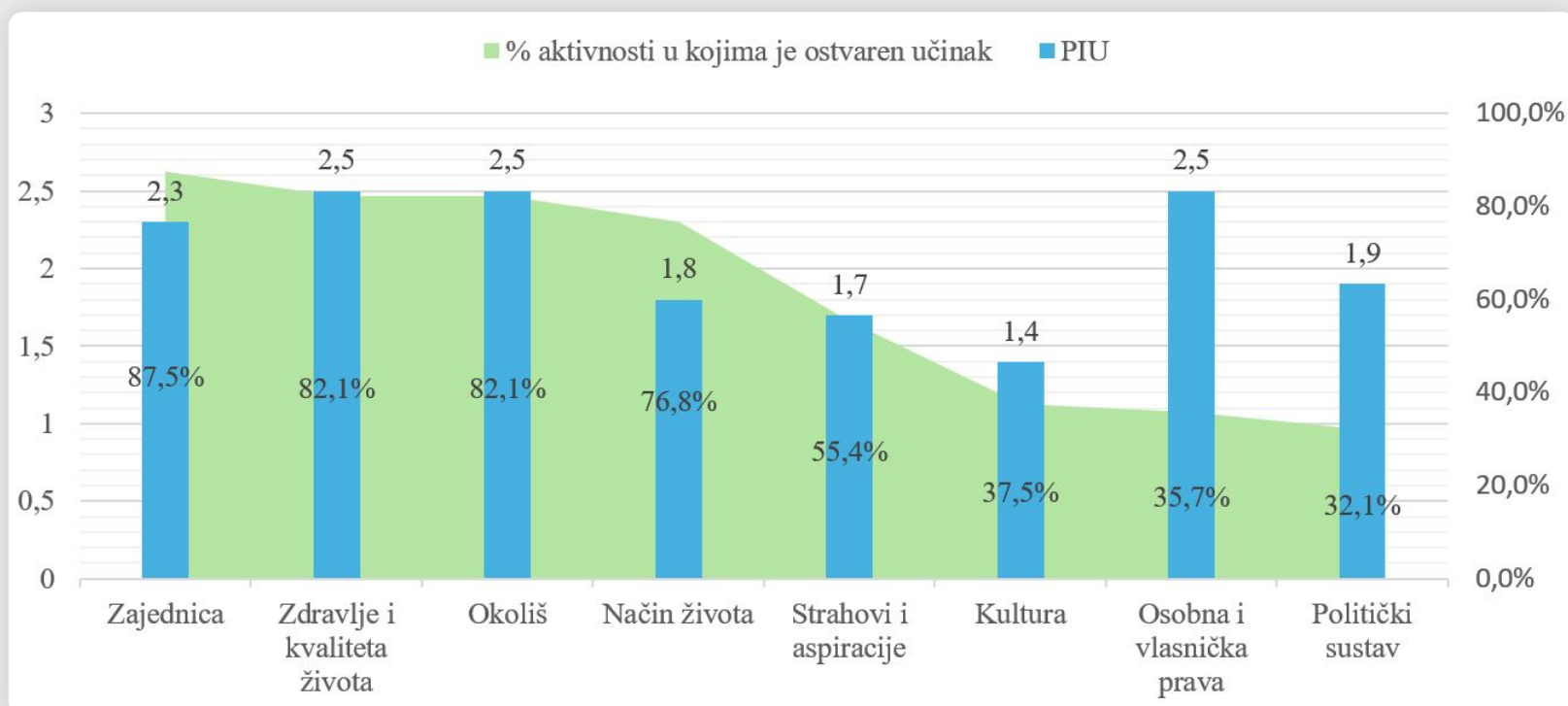
Tablica 2. Pregled potkategorija obrazovnih i savjetodavnih aktivnosti, broj korisnika i procjena intenziteta učinaka (PIU) projektnih aktivnosti.

Aktivnost	Frekvencija	Broj korisnika	PIU
Radionica	36	1.963	2,1 (1,3)
Predavanje	10	272	2,3 (1,2)
Seminar/webinar	4	56	1,9 (1,1)
Savjetovanje (grupno/individualno)	3	84	2,5
Studijsko putovanje	3	54	2,8 (1,5)
UKUPNO	56	2429	2,3 (1,5)

Slično kao i kod djelokruga zagovaranja i komuniciranja, više od polovice obrazovnih aktivnosti mogu se svesti pod jednu potkategoriju aktivnosti – radionice. Ovaj tip aktivnosti je u polovici slučajeva bio ostvaren s 1616 učenicima:icama srednjih i osnovnih škola te studentima/icama, kroz interaktivne i kreativne vježbe najčešće o klimatskim promjenama te njihovoj povezanosti s potrošnjom, odgovornosti prema okolišu te važnosti prilagodbe na iste. Dok su studenti i učenici također sudjelovali u manje interaktivnim oblicima prijenosa znanja, kao što su predavanja, ostali dionici poput znanstvenika, stručnjaka i donositelja odluka u svim sektorima, njih ukupno 309, obrazovani su u sklopu stručnih seminara, webinar a i predavanja o brojnim temama iz svih triju strateških područja. Najviši samoprocijenjeni učinci zabilježeni su kod studijskih putovanja u inozemstvo, usmjerenih na teme energetske zajednice i primjere dobre prakse građanske energije. Savjetovanja za građane također su ostvarila visoku razinu učinka, što je potvrđeno sudjelovanjem 84 korisnika u savjetovanjima one-stop shopa projekta crOss renoHome u Zagrebu i Križevcima o energetskej obnovi obiteljskih kuća, uz pripremu dokumentacije za prijavu na natječaj za obnovu 17 obiteljskih kuća.

Grafikon 3 prikazuje, slično kao i u području zagovaranja i komuniciranja, kako proveditelji projekata u prevladavajućoj mjeri prepoznaju učinke na zajednicu, zdravlje, kvalitetu života, okoliš i način života, pri čemu su ta područja prema provediteljima značajno učestalija u ovom segmentu djelovanja. Također, u ovom segmentu značajno je učestaliji učinak na strahove i aspiracije, dok su ovaj put najmanje prisutni učinci na politički sustav u obrazovnim aktivnostima projekata. Prosječni PIU u ovom segmentu iznosi 2,1, što je neznajčajno niže od 2,2 zabilježenog u zagovaranju i komunikaciji, a što ukazuje na percepciju ostvarivanja srednje jakih učinaka u ovom segmentu. Pritom, iznadprosječni učinci postižu se području zdravlja i kvalitete života, okoliša te osobnih i vlasničkih prava.

Grafikon 3. Zastupljenost učinaka u obrazovnim i savjetodavnim aktivnostima i prosječni PIU ostvarenih učinaka.



Kumulativni rezultati pokazuju da aktivnosti ovog segmenta imaju najveći učinak u područjima okoliša (117), zdravlja i kvalitete života (116) te zajednice (113), što ukazuje na to da su ova područja među najpogođenijima ovim tipom aktivnosti. Nasuprot tome, rezultati u područjima političkog sustava (34), kulture (30) te osobnih i vlasničkih prava (49) ostavljaju prostor za razvoj, što sugerira da količina provedenih aktivnosti značajno utječe na ostvareni učinak. Posebno se ističe radionica s ukupnim rezultatom od 367, koja, zahvaljujući interaktivnosti i učestalosti, doprinosi prijenosu znanja i osnaživanju dionika, imajući pritom na umu da razlog zašto radionice postižu tako visok učinak nije samo njihova interaktivnost i praktična orijentacija već i njihova prevladavajuća učestalost. Predavanja (94) i savjetovanja (60) također značajno doprinose, dok seminari/webinari (34) i studijska putovanja (36) pokazuju relativno manji učinak. Na razini strateškog područja, u nešto manjoj mjeri prevladavaju kumulativni učinci u strateškom području energetske siromaštva (317) u usporedbi s prethodnim segmentom, dok kumulativni učinci u području klimatskih promjena (230) u djelokrugu obrazovanja značajno rastu u usporedbi sa zagovaračko-komunikacijskim aktivnostima (172).

1.3. Istraživanje

U najmanje zastupljenom segmentu, provedeno je 10 istraživačkih aktivnosti u okviru 6 projekata, čime je dosegno 559 sudionika. Polovica aktivnosti odnosi se na prikupljanje sekundarnih podataka na nacionalnoj (RH) i međunarodnoj (EU-27 i CEE) razini o zakonodavstvu i politikama energetske obnove višestambenih zgrada, primjerima dobrih praksi implementacije SECAP mjera u JLS-ovima u Hrvatskoj, dostupnosti klimatskih i energetske podataka u registrima hrvatskih institucija, tržišno-tehničkim aspektima energetske obnove višestambenih zgrada na nacionalnoj razini te podacima za izradu studije provedivosti energetske zajednice u Hrvatskoj. Preostale aktivnosti uključuju dva „licem-u-lice“ kvantitativna istraživanja anketnim upitnikom u pilot područjima (Gospić/Lički Osik i Čakovec) o energetske obnovi, energetskom siromaštvu i kvaliteti života u pilot područjima projekata – Gospić (Lički Osik), te jedan online anketni upitnik. Kvalitativnim istraživanjem provedeno je 5 polustrukturiranih intervjua o potrošnji i upravljanju energijom u kućanstvu, kvaliteti života i energetskom siromaštvu kućanstva u Gradu Zagrebu u kojima žive žene koje su ujedno nositeljice kućanstava. Naposljetku, 12 sudionika izravno su uključena u mjerenje kvalitete zraka u obnovljenim (6) i neobnovljenim (6) višestambenim zgradama u Čakovcu.

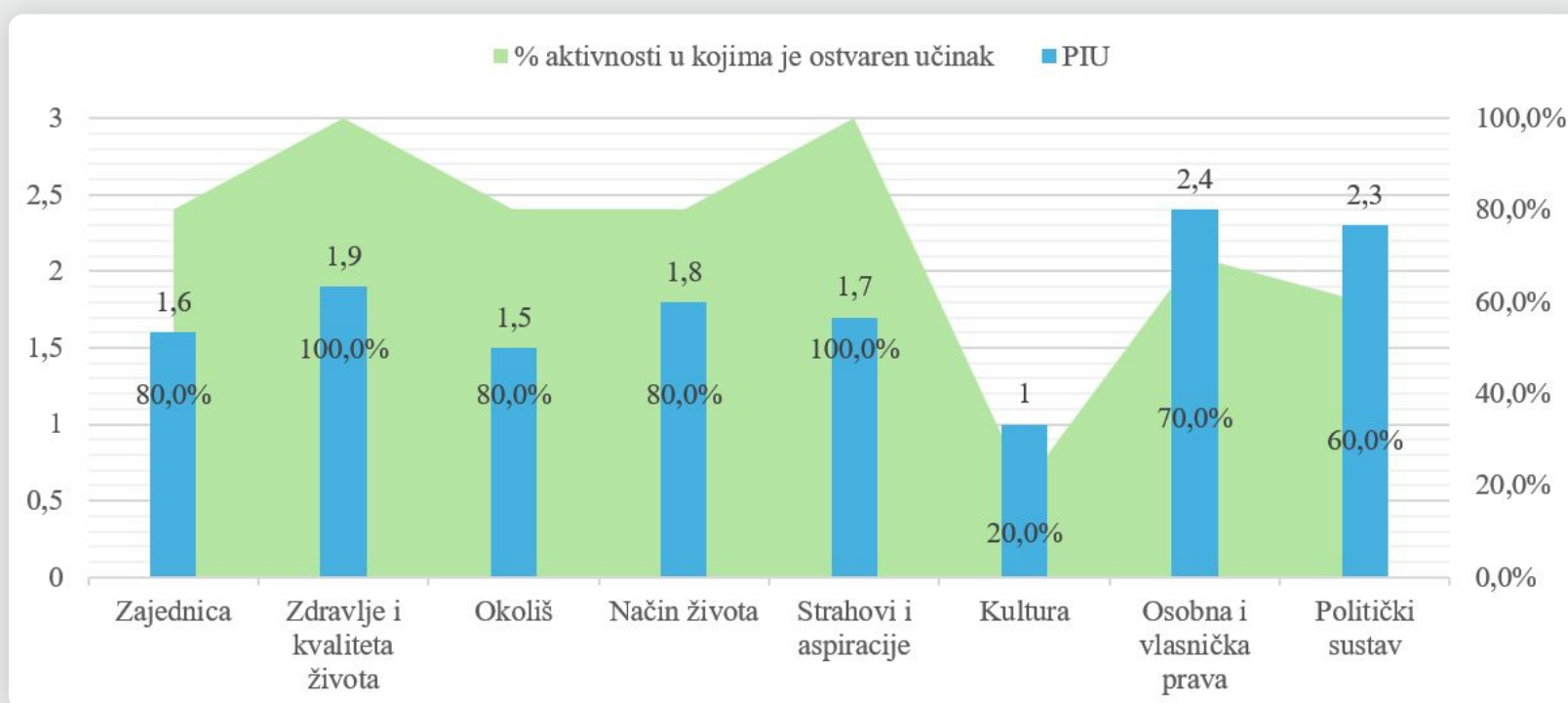
Tablica 3. Pregled potkategorija istraživačkih aktivnosti, broj korisnika i procjena intenziteta učinaka (PIU) projektnih aktivnosti

Aktivnost	Frekvencija	Broj korisnika	PIU
Anketni upitnik	3	542	2,1 (1,6)
Intervju	1	5	1,6 (1)
Prikupljanje sekundarnih podataka	5	-	1,7 (1,3)
Mjerenje fizikalnih svojstava	1	12	2,2 (1,4)
UKUPNO	10	559	1,7 (1,2)

U ovom segmentu prevladavaju spomenute analize postignute prikupljanjem sekundarnih podataka. Iako one ne obuhvaćaju izravno ciljane korisnike, neizravni korisnici su stručnjaci i pripadnice opće populacije obuhvaćeni diseminacijom istraživačkih izvješća neki od kojih su obuhvaćeni analizom digitalne komunikacije prikazane u sljedećem poglavlju. Kod svih drugih oblika istraživačkih aktivnosti, ciljani korisnici su pripadnici i pripadnice opće populacije, pri čemu su to najčešće građani određenih lokalnih područja, kao što su Gospić, Lički Osik te Čakovec, kad je riječ o kvantitativnim istraživanjima anketnim upitnikom i mjerenju kvalitete zraka u kućanstvima, te Grada Zagreba u slučaju spomenutog kvalitativnog istraživanja energetskog siromaštva žena koje su ujedno i nositeljice kućanstava. Samo u jednom slučaju, odnosno u sklopu projekta EUWES proveden je „online“ upitnik na nacionalnoj razini o iskustvima žena zaposlenih u sektoru energetike i srodnim sektorima (projektno upravljanje, komunikacije, marketing, mediji i sl.) na uzorku od 35 sudionika.

Grafikon 4 pokazuje visoku zastupljenost gotovo svih područja učinaka u provedenim istraživanjima, izuzev područja kulture, što ukazuje na širok raspon tema i pretpostavljenih učinaka u provedenim istraživanjima. Pritom, provoditelji aktivnosti prepoznaju učinke na zdravlje, kvalitetu života te strahove i aspiracije u svim provedenim istraživačkim aktivnostima, to jest, one se pojavljuju u 100% istraživačkih aktivnosti u 2024. godini. Vrijednosti PIU pokazatelja za ova područja učinaka pokazuju prosječne ili jedva nadprosječne razine, koja na razini područja učinaka iznosi $PIU = 1,8$. Značajno nadprosječan intenzitet učinaka vidljiv je u području osobnih vlasničkih prava ($PIU = 2,4$) te političkog sustava ($PIU = 2,3$), područja koja su također relativno učestalo zastupljena u provedenim istraživačkim aktivnostima.

Graf4. Zastupljenost učinaka i njihov prosječni intenzitet u istraživačkim projektnim aktivnostima DOOR-a.



Kumulativni ukupni rezultati pokazuju da aktivnosti istraživanja imaju najveći utjecaj u područjima zdravlja i kvalitete života (19), osobnih i vlasničkih prava (17) te strahova i aspiracija (17), dok su ostala područja, uključujući okoliš (12) i zajednicu (13), značajno manje pogođena. Izostanak kumulativnog rezultata na području obnovljivih izvora energije (0) ukazuje na to da niti jedno istraživanje nije provedeno u sklopu projekata unutar ovog strateškog područja. Slično kao kod preostalih segmenata, kumulativne ocjene pokazuju kako istraživanja također ostvaruju najveći učinak u strateškom području energetskog siromaštva (78), ali zbog pretpostavki izračuna ovakvih apsolutnih pokazatelja i prethodno prikazanog prevladavanja projekata energetskog siromaštva u uzorku analiziranih projekata, svi kumulativno rezultati u ovom segmentu su očekivano značajno niži.

2

*Digitalna komunikacija,
vidljivost i interakcija*



U 2024. godini provedeno je praćenje kanala za digitalnu komunikaciju te su prikupljeni podatci poslužili za ovogodišnju analizu pokazatelja digitalne komunikacije, konkretno dosega³ sadržaja i angažmana⁴ sa sadržajem pripisanih objavama projektnih aktivnosti. vezanim uz projektne aktivnosti.

Analizirani sadržaj objavljen je putem službenih korisničkih profila DOOR-a na društvenim mrežama, službene web stranice DOOR-a, te redovitim newsletterima putem Google Gmail servisa.

³Broj jedinstvenih korisnika koji su vidjeli sadržaj

⁴Interakcije korisnika sa sadržajem, uključujući lajkove, komentare, dijeljenja, klikove itd.

2.1. Društvene mreže

Analiza je obuhvatila ukupno 646 jedinstvenih objava objavljenih na četiri službena profila DOOR-a na sljedećim društvenim mrežama: Facebook, Instagram, LinkedIn i X. Budući da su neke objave pripisane dvaju ili više (najviše do 5) različitih projekata, ukupni broj objava pripisanih projektima veći ($\Sigma = 726$) za potrebe ove analize veći je od jedinstvenih objava u 2024. godini kojih je bilo 646.

Tablica 4. Pregled apsolutnih pokazatelja digitalne komunikacije putem društvenih mreža, po projektima i strateškim područjima.

Strateško područje	Projekt	Broj objava	Doseg	Angažman
Energetsko siromaštvo	CEESEN -BENDER	20	5.165	194
	crOss renoHome	116	17.549	380
	EPAH	41	3.585	116
	EUWES	169	25.075	1.605
	FZOEU -Energize	4	337	22
	LIFE ReHABITA	58	6.586	186
	ZDUS 5	14	13.636	81
Klimatske promjene	BIOLOC	21	1.992	82
	CEESEU -DIGIT	12	1.413	43
	Europski klimatski pakt	142	18.536	595
	FZOEU -Klima	22	2.590	78
	MUŠ 9	9	704	29
	POTR 4	16	2.187	73
	TogetherFor1.5	39	4.186	153
Obnovljivi izvori energije	ESI Europe 2.0	23	3.623	181
	LOGYCO	20	4.255	184
	UKUPNO	726	111.419	4.002

Prikazani podaci obuhvaćaju svih 16 analiziranih projekata kroz sva tri strateška područja⁵. Oni se mogu i ostatku ovog dijela analize se prikazuju kroz apsolutne pokazatelje (broj objava, doseg, angažman) i relativne pokazatelje (prosječna stopa angažmana⁶, doseg po objavi, angažman po objavi). Analiza apsolutnih pokazatelja pokazuje da energetsko siromaštvo ostvaruje najviše vrijednosti (422 objave, 65.933 dosega, 2.584 angažmana), klimatske promjene zauzimaju drugo mjesto (261 objava, 31.608 dosega, 1.053 angažmana), a obnovljivi izvori energije (43 objave, 7.878 dosega, 365 angažmana) bilježe najniže apsolutne rezultate.

⁵S obzirom da teme uobičajeno obuhvaćene strateškim područjima uvelike korespondiraju s temama objavljenog sadržaja, strateška područja u ovome dijelu analize služe kao najopćenitije kategorije tema koje dosežu do publike i s kojima publika ostvaruje kontakt, što ih čini praktično korisnima za analizu učinkovitosti DOOR-ovih digitalnih kanala komunikacije i analizu društvenog učinka.

⁶Prosječna stopa angažmana predstavlja postotak publike koja je aktivno reagirala na objavu, u odnosu na ukupan doseg, što omogućuje uvid u razinu interakcije.

Analiza relativnih pokazatelja otkriva zanimljive razlike među strateškim područjima. Iako energetska siromaštva prednjači u doseg po objavi, s prosjekom od 259,6 dosegnutih korisnika po objavi, u smislu prosječne stope angažmana i angažmana po objavi najbolje rezultate bilježe projekti u području obnovljivih izvora energije. To znači da, unatoč manjem apsolutnom doseg, objave u području obnovljivih izvora energije ostvaruju veću interakciju s publikom.

Tablica 5. Pregled relativnih pokazatelja digitalne komunikacije putem društvenih mreža, po projektima i strateškim područjima.

Strateško područje	Projekt	Prosječna stopa angažmana	Doseg po objavi	Angažman po objavi
Energetsko siromaštvo	CEESEN -BENDER	3,8	258,3	9,7
	crOss renoHome	2,2	151,3	3,3
	EPAH	3,2	87,4	2,8
	EUWES	6,4	148,4	9,5
	FZOEU -Energize	6,5	84,3	5,5
	LIFE ReHABITA	2,8	113,6	3,2
	ZDUS 5	0,6	974,0	5,8
Klimatske promjene	BIOLOC	4,1	94,9	3,9
	CEESEU -DIGIT	3,0	117,8	3,6
	Europski klimatski pakt	3,2	130,5	4,2
	FZOEU -Klima	3,0	117,7	3,5
	MUŠ 9	4,1	78,2	3,2
	POTR 4	3,3	136,7	4,6
	TogetherFor1.5	3,7	107,3	3,9
Obnovljivi izvori energije	ESI Europe 2.0	5,0	157,5	7,9
	LOGYCO	4,3	212,8	9,2
	UKUPNO	3,6	153,5	5,5

Na razini pojedinačnih projekata najveći broj objava (169) te najviši apsolutni angažman (1.605) postiže projekt EUWES u području energetske siromaštva, dok je istovremeno najviši doseg (13.636) vidljiv kod projekta ZDUS 5, ponajviše zbog utjecaja „boost“ funkcije u sklopu objava koja dodatne podiže doseg i angažman ovisno o iznosu uplaćenih sredstava.

Kod klimatskih promjena, Europski klimatski pakt ističe se s ukupno 142 objave. 18.546 doseg i 595 angažmana, a najviše relativne stopa angažmana (oko 6%) bilježi se kod projekata energetskog siromaštva (EUWES i FZOEU-Energize), te kod projekata obnovljivih izvora energije (od 4,3 do 5%). Nastavno na OIE, projekti LOGYCO i ESI Europe 2.0 pokazuju uravnoteženu kombinaciju natprosječnog doseg po objavi (212,8 i 157,5) te također nadprosječnog angažmana po objavi (9,2 i 7,9), što ove projekte svrstava među projekte s najvišim iznosima relativnih pokazatelja. U preostalim strateškim područjima nalaze se projekti sa slabijim relativnim pokazateljima, kao što su EPAH (energetsko siromaštvo) i MUŠ 9 (klimatske promjene).

Tablica 6. Pregled ostvarenog doseg i angažmana, po projektima i društvenim mrežama.

	Facebook (n=245)		Instagram (n=280)		LinkedIn (n=104)		X (n=16)	
	Doseg	Angažman	Doseg	Angažman	Doseg	Angažman	Doseg	Angažman
BIOLOC	991	25	359	27	642	30	-	-
CEESEN-BENDER	1.749	39	655	40	2.700	111	-	-
CEESEU-DIGIT	640	15	276	16	497	12	-	-
crOss renoHome	10.816	157	3.581	162	3.152	61	-	-
EPAH	1.504	45	881	45	1.200	26	-	-
ESI Europe 2.0	1.262	31	498	35	1.863	115	-	-
Europski klimatski pakt	11.958	271	5.018	272	1.560	52	-	-
EUWES	7.789	730	5.348	449	11.875	426	63	0
FZOEU-Energize	242	11	95	10	-	-	-	-
FZOEU-Klima	994	14	352	26	1.104	38	140	0
LIFE ReHABITA	3.656	78	1.668	80	1.262	28	-	-
LOGYCO	2.039	40	438	33	1.778	111	-	-
MUŠ 9	266	12	114	12	324	5	-	-
POTR 4	678	22	235	23	1.262	27	12	1
TogetherFor1.5	1.701	43	951	51	1.534	59	-	-
ZDUS 5	3.234	35	9.656	31	746	15	-	-
UKUPNO	49.519	1568	30.125	1.312	31.499	1.116	215	1

Analiza apsolutnih pokazatelja po društvenim mrežama pokazuje značajne razlike u dosegu i angažmanu među platformama. Facebook, s ukupno 245 objava, ostvaruje najveći doseg (49.519) i angažman (1.568), čime potvrđuje svoju učinkovitost u doseganju šire publike. Instagram, iako ima najveći broj objava (280), bilježi nešto manji ukupni doseg (30.125) i angažman (1.312) u usporedbi s Facebookom, što upućuje na manji prosječni angažman po objavi. LinkedIn, unatoč najmanjem broju objava (104) među trima vodećim platformama, pokazuje solidne rezultate s 31.499 doseg i 1.116 angažmana, čime se ističe kao platforma s visokom razinom angažmana po objavi. S druge strane, X, s tek 16 objava, ima zanemariv doprinos ukupnom dosegu (215) i angažmanu (1), što dovodi u pitanje njegovu korisnost za buduće aktivnosti, osim ako se ne promijeni strategija objavljivanja. Na razini pojedinačnih projekata, EUWES dominira na svim platformama, s osobito visokim angažmanom na Facebooku (730) i LinkedInu (426), dok projekt ZDUS 5 bilježi izniman doseg na Instagramu (9.656), unatoč nižem ukupnom angažmanu. Projekti poput crOss renoHome i Europskog klimatskog pakta ostvaruju značajne rezultate na Facebooku i Instagramu, dok CEESEN-BENDER, LOGYCO i ESI Europe 2.0 pokazuju bolju izvedbu na LinkedInu, osobito u smislu angažmana.

2.2. Web stranica

U ovome dijelu prikazani su podaci o broju objava o projektnim aktivnostima, njihovom dosegu i angažmanu na službenoj web stranici DOOR-a. U pogledu tih pokazatelja, podaci u tablici 6 pokazuju značajne razlike među strateškim područjima. Ukupno, na službenoj web stranici objavljeno je 88 objava o projektnim aktivnostima, s ukupnim dosegom od 4.226 i angažmanom od 14.256, pri čemu projekti iz područja energetske siromaštva čine najveći dio tih rezultata. Pritom, samo projekt BIOLOC u 2024. godini nije ostvario niti jednu objavu na službenoj web stranici. Slično kao i kod društvenih mreža, objave projekata energetske siromaštva dominiraju u svim apsolutnim pokazateljima, s ukupno 55 objava koje su ostvarile 3.301 dosega i 11.426 angažmana, čime objave u ovom području statistički nadmašuju ostala područja. Klimatske promjene, s 26 objava, postižu znatno manji doseg (578) i angažman (1.613), dok obnovljivi izvori energije, s tek 7 objava, ostvaruju 347 dosega i 1.217 angažmana.

Na razini projekata, crOss renoHome se ističe s 15 objava koje ostvaruju impresivan doseg od 2.852 i iznimno visok angažman od 10.216. Pritom, od svih projektnih obavijesti upravo je u sklopu projekta crOss renoHome objavljena pojedinačno najuspješnija obavijest na web stranici u siječnju 2024. godine – objava o uvjetima za sufinanciranje energetske obnove obiteljskih kuća u 2024. godini – s ukupnim angažmanom od 2.619 i dosegom od 9.631. Europski klimatski pakt (6 objava, 364 dosega, 1.088 angažmana) i LOGYCO (6 objava, 319 dosega, 1.152 angažmana) također pokazuju solidne rezultate, osobito u pogledu angažmana. Projekti poput EUWES i FZOEU-Klima ostvaruju umjeren angažman unatoč manjem dosegu, dok su rezultati projekata Grada Zagreba, kao što su POTR 4, ZDUS 5 i MUŠ 9, kao i FZOEU- značajno manjeg učinka u ovom aspektu digitalne komunikacije.

Tablica 6. Pregled apsolutnih pokazatelja digitalne komunikacije putem web stranice, po projektima i strateškim područjima.

Strateško područje	Projekt	Broj objava	Doseg	Angažman
Energetsko siromaštvo	CEESEN -BENDER	5	48	129
	crOss renoHome	15	2.852	10.216
	EPAH	4	53	145
	EUWES	13	271	740
	FZOEU -Energize	2	14	31
	LIFE ReHABITA	15	46	128
	ZDUS 5	1	17	37
Klimatske promjene	CEESEU -DIGIT	2	32	83
	Europski klimatski pakt	6	364	1.088
	FZOEU -Klima	7	73	170
	MUŠ 9	1	4	10
	POTR 4	4	23	56
	TogetherFor1.5	6	82	206
Obnovljivi izvori energije	ESI Europe 2.0	1	28	65
	LOGYCO	6	319	1.152
UKUPNO		88	4.226	14.256

2.3.Newsletter

Zadnji dio analize digitalnih komunikacijskih kanala čine i podatci o DOOR-ovim newsletter-ima kojih je u 2024. godini bilo ukupno 11. Tablica 7 prikazuje vremenski redoslijed objava newslettera, kao i strukturu newslettera s obzirom na projekte koji sudjeluju u njegovom sadržaju, a prikazan je i njihov ukupan doseg, angažman, te broj otvaranja. Analiza mjesečnih rezultata newsletter-a pokazuje dosljedne razine dosega i angažmana tijekom godine, uz blage varijacije između mjeseci. Najveći ukupni doseg zabilježen je u travnju i svibnju (1.430), uz istaknuti angažman od 411 i 434 interakcije, što ukazuje na pojačanu aktivnost i interes tijekom tog razdoblja. Broj otvaranja bio je najveći sredinom godine, u svibnju (82) i lipnju (75), kada je zbog sezonskih čimbenika broj projektnih aktivnosti povećan te time newsletter sadržajni. Projekti poput crOss renoHome i EUWES pojavljuju se dosljedno kroz gotovo sve mjesece, a projekti kao što su MUŠ 9, EPAH, i CEESEU-DIGIT ne pojavljuju se dosljedno, što može ukazivati na ograničeniji projektni sadržaj za distribuciju. U zimskim mjesecima, osobito u studenom i prosincu, primjetan je blagi pad u broju otvaranja (37, 52 i 26), uz istovremeni smanjeni doseg i angažman. Ovaj trend također može biti posljedica sezonskih čimbenika, poput smanjenog intenziteta projektnih značajnijih projektnih aktivnosti krajem godine ili zasićenja publike.

Tablica 7. Vremenski raspored, struktura i apsolutni pokazatelji digitalne komunikacije NEWSLETTER-a u 2024. godini.

Mjesec	Projekt/i	Doseg	Angažman	Otvoren
Siječanj	crOss renoHome ; TogetherFor1.5	1428	350	44
Veljača	Europski klimatski pakt ; TogetherFor1.5 ; CEESEN-BENDER ; ZDUS 5	1428	389	42
Ožujak	crOss renoHome ; EUWES ; LOGYCO ; ZDUS 5	1430	375	44
Travanj	crOss renoHome ; CEESEN-BENDER ; LIFE ReHABITA	1430	411	27
Svibanj	crOss renoHome ; FZOEU-Klima ; CEESEN-BENDER ; EUWES	1430	434	82
Lipanj	LOGYCO ; crOss renoHome ; FZOEU- Klima ; EUWES	1428	379	75
Rujan	BIOLOC ; EUWES ; crOss renoHome ; FZOEU-Klima ; CEESEN-BENDER	1415	359	34
Listopad	Europski klimatski pakt ; EUWES ; FZOEU-Energize ; FZOEU-Klima; crOss renoHome	1408	400	68
Studeni	EUWES ; LOGYCO ; FZOEU-Klima ; ESI Europe 2.0 ; BIOLOC	1404	395	37
Prosinac (1)	crOss renoHome ; ESI Europe 2.0 ; FZOEU-Klima ; EUWES ; CEESEN- BENDER	1396	370	52
Prosinac (2)	EUWES ; crOss renoHome ; FZOEU- Klima ; TogetherFor1.5	1393	329	26

Naposlijetku, prikupljeni su i analizirani podatci o navedenim pokazateljima za komunikacijski kanal newsletter-a na razini strateških područja i pojedinačnih projekata. Kroz newsletter je vidljivost u 2024. godini ostvarilo 12 od 16 projekata. Ukupno gledajući, tablica 8 pokazuje kako je putem newsletter-a ostvareno 46 objava koje su dosegle 65.125 korisnika, uz ukupni angažman od 17.566 i 2.265 otvorenih newslettera. Iako se sljedeće brojke, kao i u kontekstu objava na društvenim mrežama, moraju promatrati u kontekstu pojavljivanja više tematski različitih projekata u jednom newsletter-u, promatrajući strateška područja energetske siromaštvo bilježi najveći ukupni doseg (38.285), angažman (10.375) i broj otvaranja (1.333). To korespondira s činjenicom da je u ovom strateškom području zabilježen i najveći broj objava (27), ali i najveći broj projekata u uzorku općenito. Klimatske promjene zauzimaju drugo mjesto s ukupnim dosegom od 19.778, angažmanom od 5.277 i 687 otvaranja. Obnovljivi izvori energije imaju najmanji ukupni broj objava (5) uz ispodprosječne pokazatelje dosega (3.531), angažmana (383,0) i otvaranja (122,5).

Na razini projekata, crOss renoHome prednjači s najvišim apsolutnim vrijednostima, dok projekti poput CESEU-DIGIT, EPAH, POTR 4 i MUŠ 9 nemaju zabilježenih aktivnosti putem newsletter-a. Kada se promatraju prosječni pokazatelji, najviše vrijednosti na pokazatelju otvaranja ostvario je projekt FZOEU-Energize (68 otvaranja po objavi), LIFE ReHABITA ostvario je najveći angažman (411), a Europski klimatski pakt prikazuje najveći prosječni broj otvaranja newslettera (55 otvaranja po objavi). U tom kontekstu, iako LIFE ReHABITA postiže nabolje razine angažmana, kod njega su vidljive i najniže razine prosječnog otvaranja po objavi (27). Najmanji prosječan angažman pokazuje TogetherFor1.5 (356), a najmanji prosječan doseg ESI Europe 2.0 (1.400).

Tablica 8 Pregled apsolutnih pokazatelja digitalne komunikacije putem newsletter-a, po projektima i strateškim područjima.

Strateško područje	Projekt	Objave	Doseg	Angažman	Otvoren
Energetsko siromaštvo	CEESEN-BENDER	5	7.099	1.963	240
	crOss renoHome	10	14.186	3.796	494
	EUWES	8	11.304	3.041	418
	FZOEU-Energize	1	1.408	400	68
	LIFE ReHABITA	1	1.430	411	27
	ZDUS 5	2	2.858	764	86
Klimatske promjene	BIOLOC	2	2.819	754	71
	Europski klimatski pakt	2	2.836	789	110
	FZOEU-Klima	7	9.874	2.666	374
	TogetherFor1.5	3	4.249	1.068	132
Obnovljivi izvori energije	ESI Europe 2.0	2	2.800	765	89
	LOGYCO	3	4.262	1.149	156
UKUPNO	-	46	65.125	17.566	2.265

3

*Percepcije projektnih partnera
o provedbi i društvenim
učincima projekata*



Ovogodišnja analiza društvenog učinka obuhvatila je provedbu kvantitativnog pilot-istraživanja usmjerenog na percepciju projektnih partnera o provedbi i učincima projekata. Istraživanje je provedeno putem online ankete poslane partnerima koji sudjeluju u realizaciji analiziranih projekata, a provoditelji su je distribuirali u siječnju 2025. godine. Anketa, koju su distribuirali putem servisa Google obrasci, anonimno prikuplja podatke kroz 57 varijabli, obuhvaćajući otvorena i zatvorena pitanja raspoređena u tri tematske cjeline: Evaluacija provedbe projekta, Procjena društvenog učinka i Opće informacije. Glavni cilj ankete bio je prikupiti uvide zaposlenika partnerskih organizacija sudionika projekata iz 2024. godine, kako bismo unaprijedili razumijevanje društvenog učinka naših zajedničkih projekata.

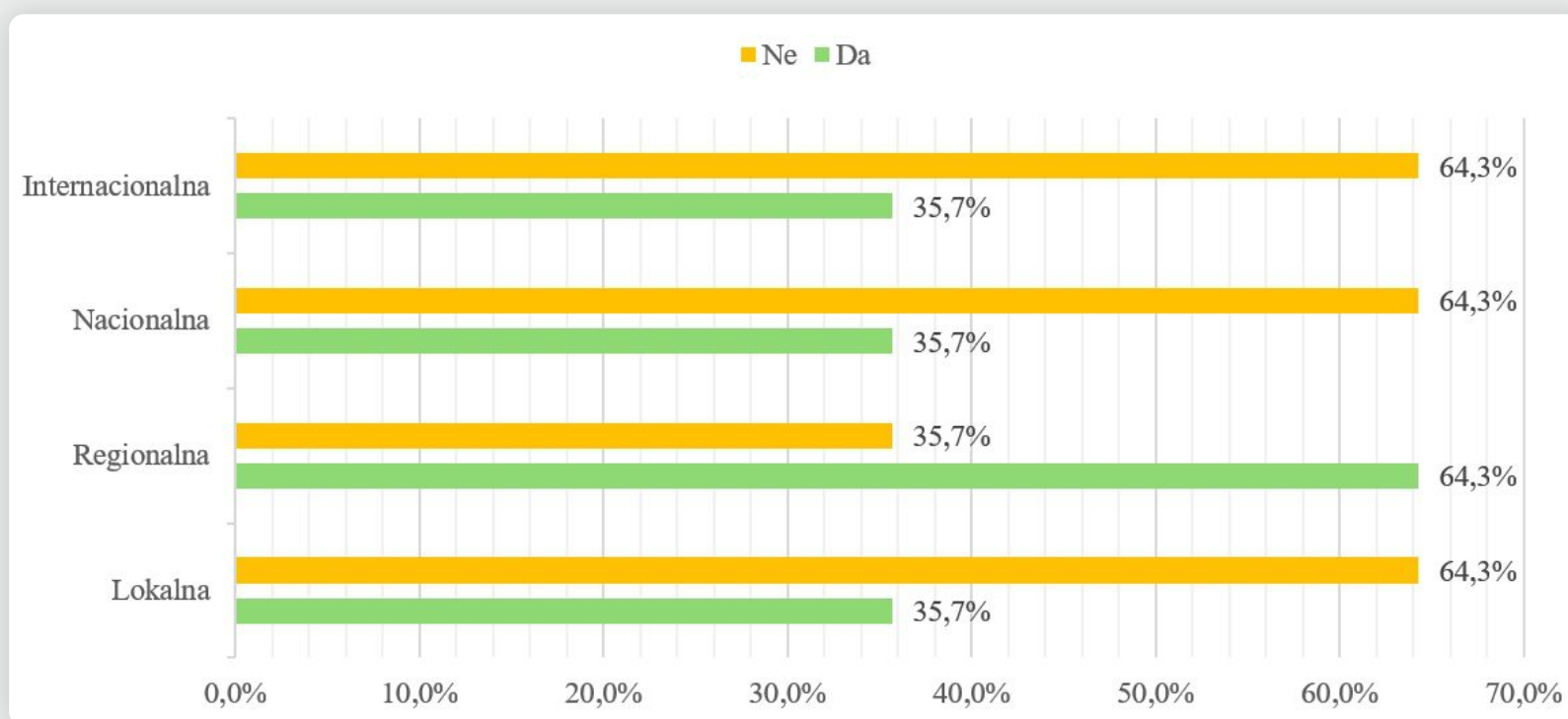
Uspostava ovog segmenta predstavlja značajan korak u sveobuhvatnoj analizi društvenog učinka projektnih aktivnosti DOOR-a na godišnjoj razini. Unatoč relativno slabom, ali očekivano nižem odazivu ($n = 14$) u prvoj godini provedbe, dobiveni rezultati prvenstveno doprinose uspostavi sustava praćenja i evaluacije, pri čemu su partneri pozvani da otvoreno i anonimno ukazuju na aspekte učinaka koje treba održavati ili unaprijediti. Standardizacijom konceptualnog okvira i mjernih instrumenata za DOOR-ove stručne suradnike i njihove partnere omogućeno je prepoznavanje prostora za poboljšanje razumijevanja i ostvarivanja željenog društvenog učinka, osobito kroz usporedbu učestalosti i intenziteta percipiranih učinaka između DOOR-a i njegovih partnera.

Ti nalazi, zajedno s podacima o općem zadovoljstvu, interesu i učinkovitosti provedbe projekata, predstavljaju vrijedan doprinos kontinuiranoj prilagodbi aktivnosti radi postizanja ključnih pokazatelja i željenih učinaka, te unapređenju sustava praćenja i evaluacije na razini organizacije, čime se, između ostalog, povećava i transparentnost provedbe projekata. Ovaj segment donosi deskriptivni pregled ključnih pokazatelja koji doprinose ukupnoj procjeni društvenog učinka DOOR-a. Kroz suradnju, partnerske odnose i koordinaciju projektnih konzorcija, DOOR ne samo da ostvaruje učinke unutar vlastitog djelovanja, već utječe i na društvenu promjenu u drugim lokalitetima, kako domaćim tako i inozemnim.

3.1. Opće informacije

U online anketi, provedbenoj među partnerima analiziranih projekata, sudjelovalo je 14 suradnika vanjskih organizacija, uglavnom iz inozemstva, koji su zastupali gotovo trećinu, odnosno 5 od ukupno 16 analizom društvenog učinka obuhvaćenih projekata – BIOLOC (14,3%), CEESEN-BENDER (35,6%), CEESEU-DIGIT (14,2%), cross reoHome (14,2%) i TogetherFor1.5 (7,1%), dok je 14,3% ispitanika ostalo anonimno. U istraživanju su zastupljena sva tri glavna sektora: 28,6% ispitanika opisuje svoju organizaciju kao malo ili srednje poduzeće, 14,3% dolazi iz javnog sektora, te isti postotak iz organizacija civilnog sektora i mreža partnerstva. Znanstveno-istraživačke institucije čine 21,4% uzorka, a preostalih 7,1% spada u kategoriju "ostali". Većina ispitanika (57,2%) ocijenila je da njihovo iskustvo u radu s ključnim temama i ciljevima projekata iznosi 11 ili više godina, dok ga je 42,8% procijenilo na 1 do 10 godina.

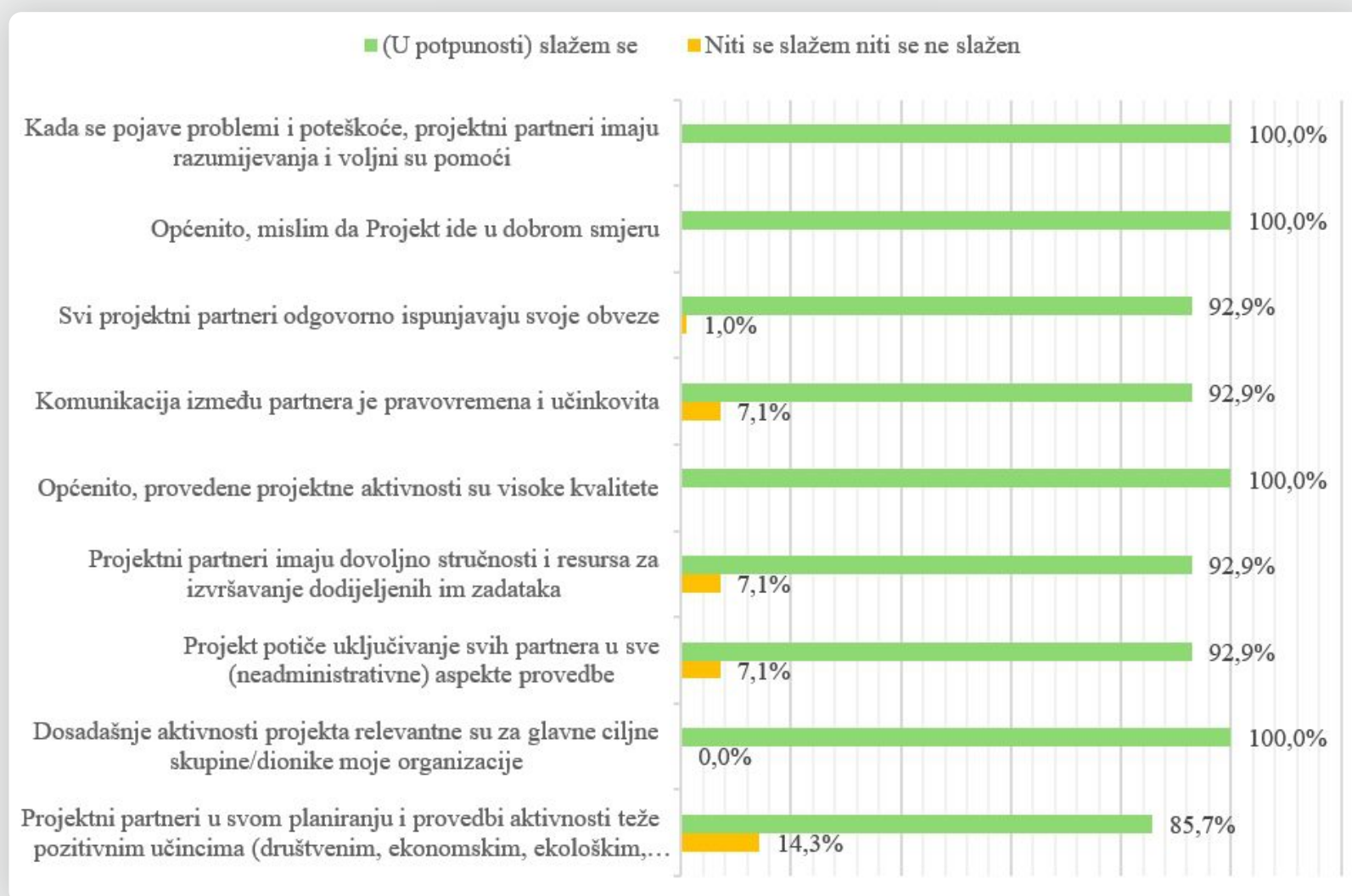
Grafikon 5. Prostorna razina na kojoj organizacija djeluje i ostvaruje najznačajniji učinak.



3.2. Evaluacija provedbe projekata

U ovom segmentu analizirani su različiti aspekti provedbe projekata koji utječu na ostvarivanje željenih učinaka. Posebno se ispituje razina interesa organizacija za ključne teme i ciljeve, kako na početku, tako i tijekom provedbe projekta. Svi ispitanici iskazuju određenu razinu interesa – 92,9% organizacija ocijenilo je da su bili jako ili izrazito zainteresirani na početku, dok se prema 71,4% ispitanika ta razina nije promijenila, a kod 28,5% došlo je do značajnog porasta interesa. Što se tiče doprinosa projektnih aktivnosti ispunjavanju glavnih ciljeva, jedna ispitanica smatra da su aktivnosti pridonijele tek "malo", 42,9% ocijenilo je doprinos kao donekle, a točno polovica ispitanika smatra da su aktivnosti značajno doprinijele ispunjavanju ciljeva. Nadalje, 78,6% ispitanika izrazilo je zadovoljstvo implementacijom aktivnosti, dok je 21,4% vrlo zadovoljno, bez zabilježenih slučajeva nezadovoljstva. Grafikon 6 prikazuje razinu slaganja ili neslaganja s tvrdnjama o provedbi projekata, a visoka razina slaganja na svim česticama ukazuje na prisutnost organizacijskih pretpostavki za ostvarivanje željenih učinaka te uspješnost konzorcija u određenim segmentima provedbe projekata.

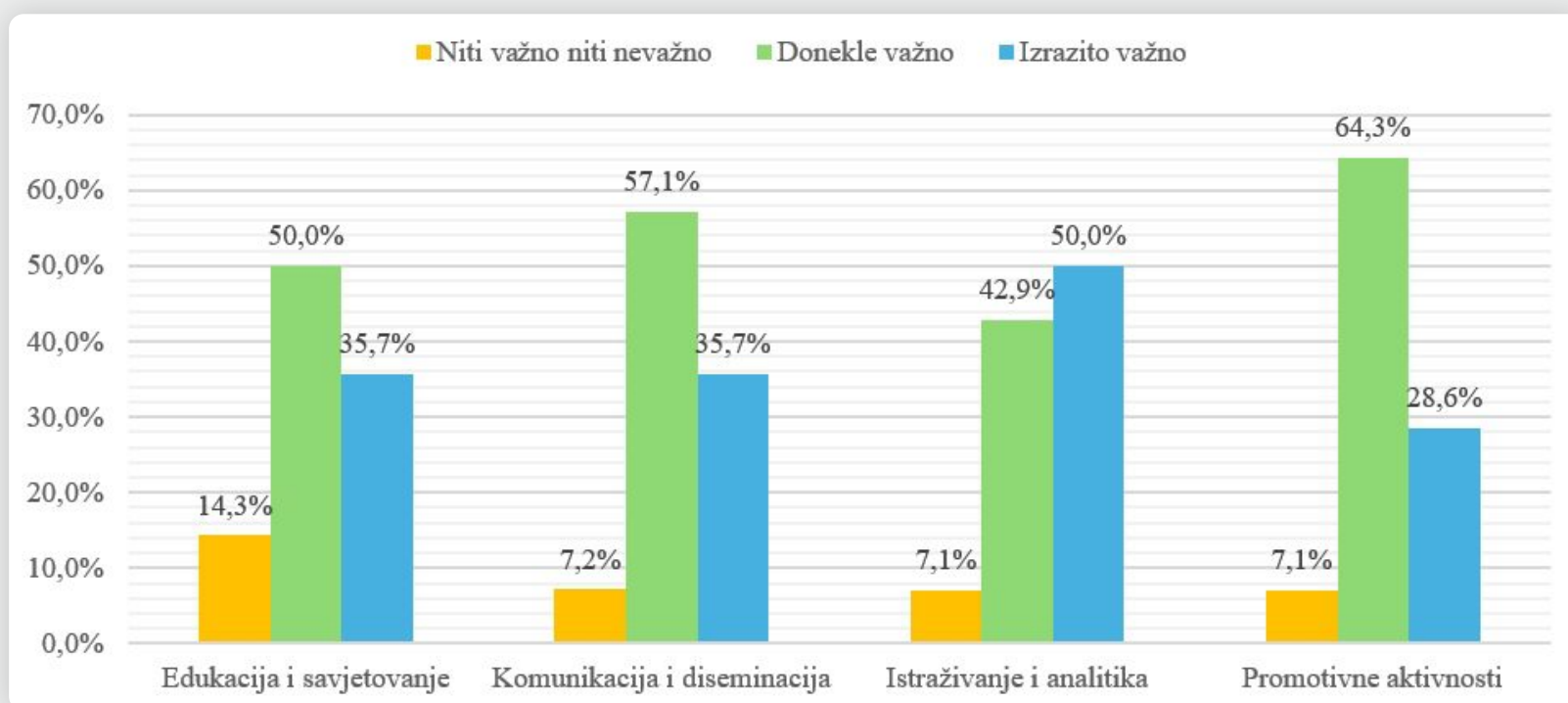
Grafikon 6. Stavovi ispitanika o različitim aspektima provedbe projekata.



3.3. Procjena društvenog učinka projektnih partnera

Za procjenu društvenog učinka projektnih partnera ispitanici su upitani o aspektima ostvarivanja društvene promjene (gospodarske, političke, kulturne, društvene, okolišne itd.) kroz projekte. Općenito, 78,6% ispitanika smatra da projekti postižu donekle pozitivan doprinos, dok 7,1% ocjenjuje učinak kao izrazito pozitivan, a dvoje ispitanika smatra kako se projektom ne postiže niti pozitivan niti negativan efekt. Rezultati također ukazuju na visoku svijest o važnosti svih segmenata projektnog djelovanja, s posebnim naglaskom na istraživačke i analitičke aktivnosti, što potvrđuje Grafikon 7 koji prikazuje procjene važnosti pojedinih segmenata za postizanje glavnih ciljeva projekta.

Grafikon 7. Procjena važnosti segmenata projektnog djelovanja u 2024. godini.

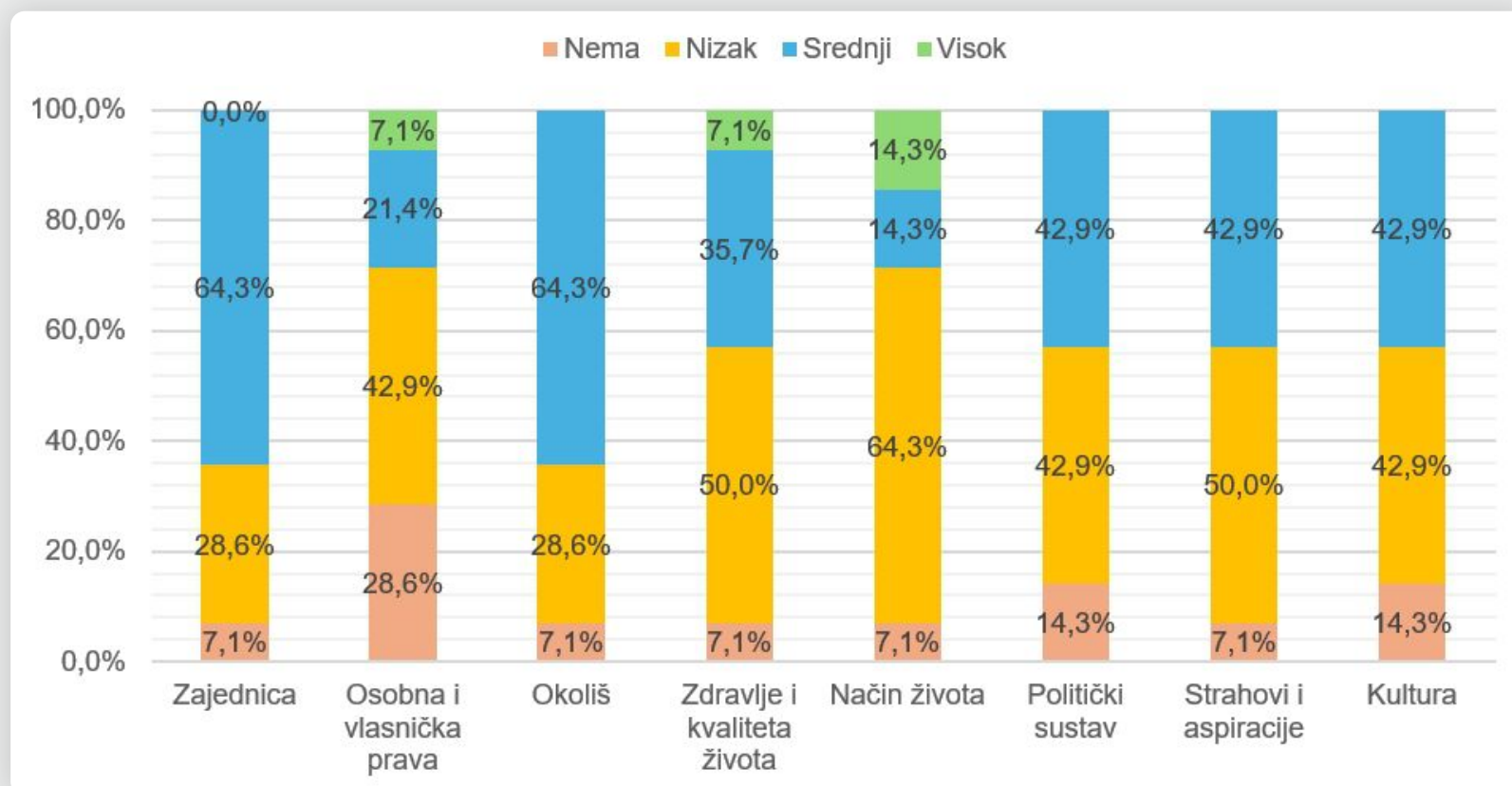


Ispitanici su također zamoljeni da procijene razinu promjene u razumijevanju i korištenju ključnih koncepata, praksi ili politika razvijenih projektom kod glavnih skupina dionika u njihovoj zemlji. Najveća razina stagnacije primijećena je kod nacionalnih dionika (npr. nacionalna vladina tijela, velika domaća poduzeća, političke stranke, sveučilišta, masovni mediji), gdje 42,9% ispitanika nije zabilježilo promjenu. Unatoč tome, većina ispitanika primjećuje barem određeni porast razumijevanja kod svih ključnih skupina dionika. Kod lokalnih dionika (npr. lokalne samouprave, mala i srednja poduzeća, lokalni mediji), 76,9% ispitanika smatra da je prisutnost ključnih koncepata „donekle povećana“.

Slične promjene primijećene su i unutar kolaborativnih mreža (npr. projektne radne grupe, tematske i akcijske mreže, poslovni partneri), gdje 35,7% bilježi „donekle povećanje“, dok 30,8% ispitanika primjećuje isti trend unutar vlastitih organizacija. Značajniji porast vidljiv je u vlastitim organizacijama, gdje polovica ispitanika smatra da se prisutnost ključnih koncepata „izrazito povećala“, dok 42,9% bilježi isti trend u kolaborativnim mrežama, 15,4% kod lokalnih dionika, te 8,3% kod nacionalnih. S druge strane, osim kod nacionalnih dionika, izražene razine stagnacije zabilježene su u kolaborativnim mrežama (21,4%) i unutar vlastitih organizacija (15,4%).

Ispitanici su, slično kao i provoditelji projektnih aktivnosti u DOOR-u, zamoljeni da procijene prisutnost i intenzitet učinaka projektnih aktivnosti u područjima učinka definiranim u prvom poglavlju. Grafikon 8 prikazuje udio ispitanika za svaku kategoriju intenziteta učinaka po pojedinim područjima. Deskriptivna statistika ukazuje na općenito nizak procijenjeni intenzitet učinaka, s izuzetkom područja zajednice i okoliša, gdje je prema mišljenju ispitanika ostvaren učinak srednjeg intenziteta. U ostalim područjima većina ispitanika procjenjuje intenzitet učinaka kao nepostojeći (0) ili nizak (1), što ukazuje na potrebu za dodatnim jačanjem aktivnosti u tim segmentima.

Grafikon 8. Procjena projektnih partnera o intenzitetu učinaka u različitim područjima učinaka.



Naposlijetku, partnerima je ponuđeno 17 kategorija i jedno otvoreno pitanje pomoću kojih su mogli dodatno specificirati tematsko područje učinka projekta u njihovom projektnom području djelovanja. S obzirom na činjenicu da i u ovom uzorku dominiraju predstavnici projekata u strateškom području energetske siromaštva (49,8%), ne iznenađuje da 64,7% ispitanika smatra kako se učinci, kada postoje, ostvaruju u specifičnom području energetske siromaštva i energetske učinkovitosti u kućanstvima. Povezano s tim, 52,9% odabire kategoriju energetske obnove i energetske obnove zgrada, dok ukupno 64,7% ističe područja prilagodbe (29,4%) i ublažavanja (35,3%) klimatskih promjena.

S obzirom na relativno visok udio malih i srednjih poduzeća u uzorku, ne iznenađuje ni podatak da 23,5% identificira kategoriju kružne ekonomije, a 29,4% područje društvenih inovacija i transformativnih praksi. U ovom kontekstu mogu se istaknuti 17,6% ispitanika koji navode alternativne ekonomije i održivo financiranje, te 17,6% onih koji prepoznaju učinke u bioekonomiji i održivoj poljoprivredi. U kontekstu društvenih nejednakosti, pravedne tranzicije i inkluzivnosti, koju prepoznaje 11,8% ispitanika, može se promatrati podatak da 29,4% ispitanika identificira područje učinka u radu na aktivnom građanstvu, demokratizaciji i političkoj participaciji, dok 17,6% označava inicijative građanske energije. Od ostalih područja ispitanici odabiru održivo gospodarenje otpadom (5,9%), bioraznolikost i zaštitu prirodnog okoliša (5,9%), međusektorsku, vertikalnu i horizontalnu suradnju (5,9%) te javno zdravstvo i kvalitetu života (5,9%).

4

Zaključak



Ovo Izvješće pruža sveobuhvatnu analizu učinaka projektnih aktivnosti s ciljem boljeg razumijevanja njihovog utjecaja na društvenu promjenu, kako na lokalnoj tako i na međunarodnoj razini. Podaci su prikupljeni kroz tri međusobno povezana segmenta: internu procjenu projektnih aktivnosti DOOR-a, analizu pokazatelja digitalne komunikacije i anketno istraživanje percepcija projektnih partnera. Svaki od ovih segmenata obuhvaća ključne aspekte provedbe projekata, njihovih učinaka i dosega, a zajedno pružaju cjelovit uvid u ostvarene rezultate.

U 2024. godini dvije trećine analiziranih aktivnosti nalazile su se u strateškom području energetske siromaštva, 28% u području klimatskih promjena, a tek 6% odnosilo se na aktivnosti projekata (2) u području obnovljivih izvora energije. Ovakva raspodjela uvelike je odredila sadržaj i oblik provedenih aktivnosti, ali i prisutnost te od strane provoditelja projektnih aktivnosti procijenjene intenzitete učinaka u definiranim područjima učinaka. Izvješćem su analizirani učinci s obzirom na tri glavna segmenta projektnog djelovanja – Zagovaranje i komuniciranje; Obrazovanje i savjetovanje; Istraživanje. Najučestaliji segment projektnog djelovanja DOOR-a 2024. godini jest onaj **zagovarački i komunikacijski**, pri čemu je od 139 jedinstvenih projektnih aktivnosti koji su podvrgnuti analizi njih 73 (52,5%) kategorizirano kao takve. Ovaj tip aktivnosti zahvatio je i najveći broj korisnika aktivnosti, njih ukupno 16.156, od čega 84,9% su pripadnici opće populacije. Istraživanjem je prepoznato 8 zasebnih potkategorija zagovaračkih i komunikacijskih aktivnosti. Pritom, diseminacija 35 publikacija obuhvaća gotovo polovicu (47,9%) ovih aktivnosti te gotovo polovicu korisnika zahvaćenih ovim aktivnostima (42,6%).

U pogledu ostvarenih učinaka, voditelji ovih projektnih aktivnosti u prosjeku pripisuju srednju razinu intenziteta učinaka (PIU = 2,1), a natprosječne razine učinaka ostvaruju aktivnosti poput konferencija, umrežavanja nastupa u medijima i već spomenutih publikacija. S obzirom na istraživanjem definirana područja učinaka, vidljivo je kako više od polovice analiziranih aktivnosti u ovome segmentu postižu učinke u okolišu (72,6%), zajednici (71,2%), zdravlju i kvaliteti života (69,9%) i načinu života (53,4%). Pritom, sva ova područja, uključujući i područje političkog sustava, te osobnih i vlasničkih prava, također ostvaruju prosječni prag „srednjeg“ intenziteta, pri čemu najviši rezultat u ovome smislu postiže se u području političkog sustava (PIU = 2,6) koji je ujedno zastupljen u 43,8% analiziranih aktivnosti segmenta.

Obrazovnim i savjetodavnim aktivnostima, njima 56, doseglo se ukupno 2.429 korisnika, većinom pripadnika opće populacije (63,7%), te značajnog udjela učenika/ica i studenata/ica (23,5%) te pretežito u Gradu Zagrebu. Najčešći oblik ovih aktivnosti bile su projektne radionice (36) u različitim oblicima i raznih tema, a prijenos znanja ostvario se i predavanjima (10), seminarima/webinarima (4), individualnim ili grupnim savjetovanjima (3), te studijskim putovanjima (3). Najveći procijenjeni učinci ostvareni su tijekom studijskih putovanja u inozemstvo, koja su bila usmjerena na teme energetske zajednice i primjere uspješnih praksi građanske energije. Visok učinak postignut je i savjetovanjima za građane, što potvrđuje sudjelovanje 84 korisnika u okviru one-stop shop savjetovanja projekta crOss renoHome u Zagrebu i Križevcima, gdje su pružene usluge vezane uz energetske obnovu obiteljskih kuća, uključujući pripremu dokumentacije za prijavu na natječaj za obnovu 17 kuća.

Slično kao u prethodnom segmentu, provoditelji projekata uglavnom prepoznaju učinke na zajednicu (87,5 % aktivnosti ostvaruje ove učinke), zdravlje i kvalitetu života (82,1%), okoliš (82,1%), te nešto manje na način života (76,8%) te strahove i aspiracije (55,4%). Pritom, učinci u zajednici, zdravlju, kvaliteti života i okolišu su značajniji zato što u prosjeku postižu „srednje“ jake učinke za razliku od ostalih, a nadprosječnu razinu intenziteta učinaka procijenjena je za područje osobnih i vlasničkih prava, čemu ponajviše pridonosi spomenute savjetodavne aktivnosti o energetskej obnovi obiteljskih kuća, iako se ovo područje učinaka manje učestalo pojavljuje (37,5%) u obrazovnim i savjetodavnim aktivnostima.

U segmentu projektnih **istraživačkih** aktivnosti, njih ukupno 10 u 2024. godini, u sklopu 6 različitih projekata, doseže ukupno 559 korisnika, odnosno sudionika istraživanja. U ovom segmentu je također ustanovljena prevladavajuća prisutnost jednog oblika aktivnosti, a to je sustavno prikupljanje sekundarnih podataka (5) te njihova analiza na nacionalnoj i međunarodnoj razini o različitim aspektima klimatskih politika, zakonodavstva o energetskej obnovi, energetskim zajednicama, itd. Preostala istraživanja predstavljaju istraživačke aktivnosti kao što su anketiranja građana „licem-u-lice“ na većem ili manjem uzorku, a prisutne su online ankete i kvalitativna istraživanja polustrukturiranim intervjuima, te izravna mjerenja kvalitete zraka u stambenim objektima kućanstava. Sudionici ovih istraživanja u svim slučajevima su pripadnici opće populacije diljem Hrvatske, osim u slučaju online ankete u sklopu projekta EUWES kada su se prikupljale percepcije žena s iskustvom rada u području energetike na uzorku od 35 sudionika.

U pogledu ostvarenih učinaka, proveditelji projekta učestalije prepoznaju širok spektar učinaka u istraživačkim projektnim aktivnostima što ukazuje na pretpostavljenu spoznajnu i komunikacijsku vrijednost prikupljenih podataka i njihov potencijal da predstavljaju polazišnu točku ostalih segmenata djelovanja. Tako su učinci u zdravlju i kvaliteti života, te strahovima i aspiracijama prepoznati u svih 10 istraživačkih aktivnosti, dok su učinci u zajednici, okolišu i načinu života prepoznati u njih 8, te u osobnim i vlasničkim pravima u 7 od 10 istraživačkih aktivnosti. Međutim, prosječni intenzitet u ovom segmentu je nešto niži od prethodna dva, pri čemu samo učinci u području osobnih i vlasničkih prava (PIU = 2,4) te političkog sustava (PIU = 2,3) postižu nadprosječne, srednje razine intenziteta ostvarenih učinaka.

U 2024. godini **digitalna komunikacija DOOR-a** analizirana je kroz tri glavna kanala: društvene mreže, službenu web stranicu i newslettere. Ukupno je na društvenim mrežama objavljeno 726 projektnih sadržaja, dok je na web stranici zabilježeno 88 objava, a newsletteri su sadržavali 46 objava. Ovi podaci odražavaju raznolike strategije distribucije sadržaja, s izraženim fokusom na strateška područja, osobito na energetske siromaštvo, praćeno aktivnostima u području klimatskih promjena i obnovljivih izvora energije. Analiza je obuhvatila i apsolutne pokazatelje (broj objava, doseg, angažman) te relativne mjere (prosječna stopa angažmana, doseg po objavi), čime je dodatno osvijetljena učinkovitost komunikacijskih kanala prema strateškim područjima.

Analiza društvenih mreža pokazuje da Facebook, sa 245 objava, ostvaruje najveći doseg (49.519) i angažman (1.568), dok Instagram, unatoč većem broju objava (280), bilježi nešto niži ukupni doseg (30.125) i angažman (1.312). LinkedIn, s 104 objave, postiže solidne rezultate (31.499 dosega i 1.116 angažmana), dok platforma X, sa samo 16 objava, ima zanemariv doprinos (215 dosega, 1 angažman). Na strateškoj razini, aktivnosti u području energetske siromaštva dominiraju apsolutnim pokazateljima, a relativna analiza otkriva da, iako energetske siromaštvo prednjači u prosječnom dosegu po objavi (prosjek 259,6 korisnika), projekti u području obnovljivih izvora energije ostvaruju najvišu prosječnu stopu angažmana. Među pojedinačnim projektima, EUWES se izdvaja po visokom angažmanu na Facebooku i LinkedInu, dok projekt ZDUS 5 postiže izniman doseg na Instagramu.

Podaci sa **službene web stranice DOOR-a** pokazuju da je objavljeno 88 sadržaja, s ukupnim dosegom od 4.226 i angažmanom od 14.256. Projekti iz područja energetske siromaštva čine najveći dio rezultata, s 55 objava koje dosežu 3.301 korisnika i ostvaruju 11.426 angažmana, dok aktivnosti vezane uz klimatske promjene (26 objava) i obnovljive izvore energije (7 objava) postižu znatno niže vrijednosti. Posebno se ističe projekt crOss renoHome, koji s 15 objava bilježi značajan doseg od 2.852 i angažman od 10.216, uključujući najuspješniju pojedinačnu objavu o uvjetima za sufinanciranje energetske obnove obiteljskih kuća.

Analiza newsletter-a otkriva da je u 2024. godini provedeno 11 izdanja s ukupno 46 objava, koje su dosegle 65.125 korisnika, uz ukupni angažman od 17.566 i 2.265 otvaranja. Najveći ukupni doseg zabilježen je u travnju i svibnju (1.430), s angažmanom od 411 i 434 interakcije, dok je broj otvaranja najviši sredinom godine, u svibnju (82) i lipnju (75). Projekti poput crOss renoHome i EUWES dosljedno su zastupljeni u newsletterima, dok se projekti kao što su MUŠ 9, EPAH i CEESEU-DIGIT pojavljuju neredovito. Također, zimski mjeseci bilježe blagi pad u otvaranjima, dosegu i angažmanu, što se može pripisati sezonskim čimbenicima.

U 2024. godini provedeno je kvantitativno **pilot-istraživanje usmjereno na percepciju projektnih partnera o provedbi i društvenim učincima projekata**. Online anketa provedena u siječnju 2025. godine obuhvatila je 14 suradnika vanjskih organizacija koji zastupaju 5 od 16 analiziranih projekata (BIOLOC – 14,3%, CEESEN-BENDER – 35,6%, CEESEU-DIGIT – 14,2%, cross reoHome – 14,2%, TogetherFor1.5 – 7,1%), pri čemu je 14,3% ispitanika ostalo neutvrđeno. Istraživanje je uključivalo podatke prikupljene putem 57 varijabli raspoređenih u tri tematske cjeline: Evaluacija provedbe projekta, Procjena društvenog učinka i Opće informacije. Uz to, zastupljenost sektora pokazuje da 28,6% ispitanika opisuje svoju organizaciju kao malo ili srednje poduzeće, 14,3% dolazi iz javnog sektora, te isti postotak iz organizacija civilnog sektora i mreža partnerstva, dok znanstveno-istraživačke institucije čine 21,4%, a 7,1% spada u kategoriju „ostali“. Većina ispitanika (57,2%) ima više od 11 godina iskustva u radu s ključnim temama, dok 42,8% ima 1 do 10 godina iskustva, što ukazuje na značajnu stručnost uzorka.

Rezultati **evaluacije provedbe projekata** ukazuju da je inicijalni interes bio vrlo visok – 92,9% organizacija je ocijenilo početni interes za teme i ciljeve projekta kao jako ili izrazito visok. Kod 71,4% organizacija taj interes ostao je nepromijenjen, a kod 28,5% zabilježen je porast. Što se tiče doprinosa projektnih aktivnosti ispunjavanju glavnih ciljeva, polovica ispitanika smatra da su aktivnosti značajno doprinijele, dok je 42,9% ocijenilo doprinos kao donekle, a samo jedan ispitanik je naveo minimalan doprinos. Ukupno, 78,6% ispitanika izrazilo je zadovoljstvo provedbom aktivnosti, a 21,4% vrlo zadovoljno, što potvrđuje i visoku razinu slaganja prikazanu u Grafu 5. Taj grafikon jasno ilustrira da ispitanici prepoznaju prisutnost ključnih organizacijskih čimbenika koji doprinose ostvarenju željenih učinaka, čime se potvrđuje uspješnost konzorcija u određenim segmentima provedbe projekata.

Tematski blok o **percepciji društvenog učinka** projekata pokazao je da 78,6% ispitanika smatra da projekti postižu donekle pozitivan društveni učinak, dok 7,1% ocjenjuje učinak kao izrazito pozitivan, a vrlo mali broj ispitanika ne percipira nikakav efekt. Dodatno, ispitanici su ocijenili promjene u razumijevanju i usvajanju ključnih koncepata kod dionika, pri čemu se najveća stagnacija javlja kod nacionalnih dionika (42,9%), dok su lokalni dionici i kolaborativne mreže pokazali značajan porast, a donekle i same partnerske organizacije. Rezultati bloka potvrđuju visoku svijest o važnosti svih segmenata projektnog djelovanja, s posebnim naglaskom na istraživačke i analitičke aktivnosti koje su prepoznate kao ključne za postizanje glavnih ciljeva projekta, što se podudara s internim procjenama iz prvog poglavlja.

Konačno, analiza procjene intenziteta učinaka pojedinih područja ukazuje na općenito nisku procijenjenu razinu učinaka, osim u područjima zajednice i okoliša gdje se kod partnera uglavnom bilježi srednji intenzitet. Ovaj nalaz se može staviti u kontekst s rezultatima prethodnih internih evaluacija iz prvog poglavlja, gdje su slični rezultati zabilježeni u segmentima zagovaranja, obrazovanja i istraživanja. Iako se u nekim područjima, poput osobnih i vlasničkih prava, postižu nadprosječne vrijednosti, ukupni učinak u većini područja u svim segmentima ostaje umjeren. Ovo ukazuje na to da, unatoč relativno stabilnoj izvedbi u određenim ključnim područjima, postoji potreba za dodatnim jačanjem aktivnosti u segmentima gdje se učinak procjenjuje kao nizak, čime se postiže cjelovit i uravnotežen društveni učinak projekata DOOR-a.

Sveukupno, rezultati percepcije projektnih partnera usklađeni su s internim procjenama i digitalnim pokazateljima iz ostalih segmenta izvješća, naglašavajući prevladavajuću ulogu strateškog područja energetske siromaštva u ostvarivanju društvenih učinaka. Partneri prepoznaju da se učinci najčešće ostvaruju u specifičnim domenama poput energetske učinkovitosti u kućanstvima, energetske obnove i prilagodbe na klimatske promjene, dok su učinci u ostalim područjima, poput kružne ekonomije ili društvenih inovacija, manje izraženi. Ovi nalazi potvrđuju potrebu za kontinuiranim praćenjem i unaprjeđenjem sustava evaluacije, kako bi se dodatno osnažio društveni utjecaj projekata na svim razinama djelovanja.

