



Rafał Wąsik

## Własny projekt krok po kroku – część 2

W pierwszej części poznaliśmy definicję projektu. Wiemy również, jak żyje nasz projekt. Jednak zanim przystąpimy do realizacji projektu, musimy zadać sobie kilka kluczowych pytań:

- Dlaczego chcemy realizować projekt?
- Jaki problem rozwiążemy dzięki niemu?
- Jaką zmianę społeczną osiągniemy?
- Jakie cele i rezultaty chcemy osiągnąć?
- W jaki sposób zmierzmy te rezultaty?
- Kto powinien zostać zaangażowany w realizację projektu?
- W jakim czasie będziemy go realizować?
- Jakie koszty się z nim wiążą?

Te pytania określą logikę projektu i pokazują najważniejsze elementy, a zarazem kroki w tworzeniu projektu. Poszczególne elementy muszą wynikać z siebie, przenikać się nawzajem i krok po kroku doprecyzowywać przedsięwzięcie. Odpowiadając po kolei na te pytania stworzymy własny projekt.

Niniejszy poradnik przedstawia proces tworzenia poszczególnych elementów projektu. W następnych częściach kolejno przedstawione zostały:

- diagnoza problemu;
- opis odbiorców;
- cel główny i cele szczegółowe;
- opis zadań i harmonogram działań;

- określanie rezultatów;
- zasoby potrzebne do realizacji projektu;
- szczegółowy kosztorys (budżet);
- zarządzanie projektem;
- analiza ryzyka;
- monitoring i ewaluacja.

### Diagnoza problemu

Praca nad pierwszym elementem projektu nie jest łatwa. Poniższy schemat pozwoli dobrze wywiązać się z tego zadania.



Punktem wyjścia do stworzenia projektu jest dobre zdefiniowanie problemu lub potrzeby, którą chcemy się zająć. Jest to najważniejsza część każdego projektu, ponieważ bez problemu nie ma projektu. Diagnoza problemu musi w sposób jasny scharakteryzować najważniejsze jego aspekty, w sposób zwięzły i klarowny przedstawić sytuację, którą chcemy zmienić i pokazać, dlaczego chcemy ją zmienić.

Sprawdzonym sposobem na opis problemu jest takie jego przedstawienie, aby łatwo było go uzasadnić (unikamy stwierdzeń subiektywnych) oraz przejrzycie wskazać, jakie rozwiązania i działania mogą być podjęte w celu usunięcia problemu.

Jeżeli uda nam się przygotować dobrą diagnozę, dalsza praca nad projektem stanie się logicznym ciągiem kolejnych kroków, które będzie nam łatwo zaplanować. Aby dobrze sformułować problem, potrzebne jest doświadczenie i wiedza, ale one przychodzą z czasem, więc nie poddawajmy się, jeżeli nie od razu nam się to udaje. Problemu nie definiujemy poprzez

brak konkretnych rozwiązań, takich jak np. brak szkoleń czy brak atrakcyjnej oferty zajęć pozaszkolnych. Problemem jest następstwo tego braku, np. niski poziom wiedzy, brak zainteresowania młodzieży zajęciami dodatkowymi, brak integracji międzypokoleniowej, itp. W opisie problemu powinniśmy także zawrzeć charakterystykę osób, do których skierowany będzie projekt, czyli tzw. grupy docelowej – kim są te osoby oraz dlaczego zdecydowaliśmy się na rozwiązanie ich problemu za pomocą tego konkretnego projektu.

Jako wzorzec opisu problemu często podawany jest model tzw. „elevator speech”, czyli przemówienia w windzie. Wyobraźmy sobie, że zdiagnozowaliśmy problem. Żeby ten problem rozwiązać musimy pozyskać konkretną sumę pieniędzy i zastanawiamy się, skąd je pozyskać. W windzie spotykamy zamożnego biznesmena i wiemy, że prowadzi on działalność charytatywną i mamy jedyną szansę, aby zainteresować go naszą sprawą. Winda jedzie około kilkadziesiąt sekund i musimy w tym czasie przedstawić najważniejsze kwestie w taki sposób, aby docenił wagę problemu, który prezentujemy i chcemy rozwiązać. Przemówienie w windzie musi być więc krótkie i treściwe – taki też musi być opis problemu.

W opisie uzasadnienia potrzeby realizacji projektu powinniśmy wykazać, że istnieje ważny powód, dla którego przedsięwzięcie powinno być realizowane. Pomocne w napisaniu czytelnego uzasadnienia mogą być pytania, które posłużą do szczegółowej analizy problemu:

- Kogo lub czego dotyczy problem?
- Na jakim terenie występuje problem?
- Jak problem zmienia się w czasie?
- Jakie są jego przyczyny?
- Jakie będą skutki, jeśli problem nie zostanie rozwiązany?
- Skąd wiemy o problemie? Jakie mamy dowody (dane liczbowe potwierdzające problem z podaniem źródła)?

Musimy wykazać, że doskonale znamy problem i jego skalę. Wykorzystując w opisie uzasadnienia potrzeby realizacji projektu dane statystyczne i merytoryczne wykazujemy, że problem jest dostrzegany przez urzędy, specjalistów, naukowców czy też zwykłych mieszkańców. Możemy posługiwać się danymi instytucji (powiatowe urzędy pracy, komendy policji, urzędy gmin, ośrodki pomocy społecznej, szkoły itp.), raportami opracowanym przez specjalistyczne jednostki (Główny Urząd Statystyczny, itd.). Pamiętajmy, aby powoływane dane były adekwatne do obszaru, na którym realizowany jest projekt. Owszem, możemy zacytować dane ogólnopolskie, ale skupić powinniśmy się na tych, które najprecyzyjniej charakteryzują problem. Ważne jest też, by dane nie były starsze niż 3 lata, gdyż te sprzed wielu lat w niewielkim stopniu odzwierciedlają aktualną sytuację. Najważniejszą rolę często odgrywają nasze własne badania, obserwacje, dotychczasowe doświadczenia, rozmowy z odbiorcami projektu, wywiady czy ankiety, ponieważ pozwalają nam zebrać bardzo specyficzne dane, których najczęściej w zbiorczych zestawieniach nie ma. Każdorazowo wtedy opisujemy w jaki sposób, kiedy i na jakiej próbie badawczej realizowaliśmy nasze badania. Całość konstruujemy tak, aby przekonać, że jesteśmy ekspertami od określonego problemu i bardzo dobrze go znamy.

Planując projekt najważniejsze są potrzeby odbiorców. Planowany sposób rozwiązania problemu warto więc skonsultować z innymi osobami/instytucjami. Musimy szukać rozwiązań uniwersalnych oraz innowacyjnych, które w jak najwłaściwszy sposób zniwelują dany problem. Warto także korzystać z doświadczeń innych organizacji realizujących podobne projekty, ale np. na innym terenie. Jeśli coś działa i widzimy, że może również zadziałać na naszym obszarze realizacji projektu, to warto sięgać po sprawdzone rozwiązania.

Projekty nie są realizowane w oderwaniu od otaczającej ich rzeczywistości, toteż znaczenie mają również inne grupy, na które projekt może mieć wpływ. Wskażmy je, gdyż ich oczekiwania, działania, czy doświadczenie mogą mieć pozytywny bądź negatywny wpływ na projekt (np. rodzice czy nauczyciele, gdy w ramach projektu wspieramy młodzież). Musimy udowodnić też, że potrzebę rozwiązania problemu dostrzegają władze lokalne, regionalne czy państwowe.

Nasz projekt musi być także spójny z polityką lokalną. Powołajmy się na stosowne dokumenty i strategie (lokalne, regionalne, branżowe), w których zapisana została konieczność przeciwdziałania problemowi, jaki zmobilizował nas do stworzenia projektu.

Dobrze opracowane uzasadnienie potrzeby realizacji projektu przekonuje, że doskonale zbadaliśmy problem, jakiemu nasz projekt będzie przeciwdziałał i stanie się podstawą wypracowania kolejnych elementów projektu.

### **Opis odbiorców projektu**

Kolejny etap pracy przy tworzeniu projektu to określenie na rzecz kogo będziemy działać. To właśnie z analizy problemu dowiadujemy się, które osoby/instytucje są nim najbardziej dotknięte i to one będą stanowić odbiorców projektu. Wielkość grupy uzależniona jest zazwyczaj od skali problemu i od naszych możliwości objęcia działaniami konkretnej liczby osób.

W opisie odbiorców projektu mogą nam pomóc pytania:

- Kto jest odbiorcą projektu? (uwzględniamy np. wiek, płeć)
- Jaki mają status w danej społeczności? (np. osoby pracujące, bezrobotne, uczące się, mieszkańcy gminy, dzieci, młodzież)
- Jak liczna będzie grupa?
- Jakie trudności dotyczą odbiorców? (np. trudności finansowe; infrastrukturalne – utrudniony dojazd, godziny pracy, itp.; psychologiczne – ograniczona wiara we własne siły, niskie poczucie własnej wartości, itp.)
- Skąd mamy pewność, że potrzebują takiego właśnie wsparcia i że są zainteresowani projektem?
- W jaki sposób dokonamy rekrutacji uczestników i dlaczego wybraliśmy takie metody?

Rekrutacja jest jednym z kluczowych działań w projekcie i należy ją scharakteryzować już przy opisywaniu odbiorców. Dobrze zaplanowana i przeprowadzona rekrutacja pomoże nam osiągnąć sukces projektu. Wybór metod rekrutacji powinien być poprzedzony gruntowną analizą odbiorców. Przy rekrutacji bierzemy pod uwagę jej poszczególne etapy i kryteria, na podstawie których dokonamy wyboru uczestników spośród zgłoszonych osób. Etapy planujemy tak, aby zgłosiło się do nas jak najwięcej osób. Następnie odpowiednio dobrane kryteria wyboru pozwolą dobrać optymalną grupę do udziału w projekcie.

Do przykładowych etapów rekrutacji możemy zaliczyć:

- opracowanie i wykonanie zaproszenia do udziału w projekcie oraz plakatu,
- wizytę promującą projekt wśród nauczycieli i pedagogów, którzy będą przekazywali informacje uczniom,
- spotkanie dla organizacji młodzieżowych,
- rozesłanie zaproszeń i plakatów do szkół,
- przeprowadzenie rozmów kwalifikacyjnych z potencjalnymi osobami zainteresowanymi udziałem w projekcie,
- sporządzenie listy osób wybranych do uczestniczenia w projekcie,
- powiadomienie uczestników rekrutacji o wynikach.

Do przykładowych kryteriów wyboru osób uczestniczących w projekcie możemy zaliczyć:

- motywację do udziału w projekcie,
- niski status materialny,
- niskie oceny w szkole, problemy z nauką,
- kolejność zgłoszeń – jedynie jako kryterium dodatkowe: w przypadku dużej liczby zgłoszeń osób spełniających powyższe kryteria.

W projektach skierowanych dla wszystkich mieszkańców danej miejscowości, dzielnicy czy ulicy nie ma potrzeby opisywać kryteriów wyboru, z założenia bowiem będziemy chcieli zachęcić wszystkich do udziału. W takim przypadku należy opisać etapy rekrutacji, czyli kroki, które pozwolą nam dotrzeć do całej społeczności wybranego obszaru. Podobnie postępujemy w przypadku skierowania projektu na rozwój naszej organizacji – zwykle zakładamy udział całego zespołu: wolontariuszy, pracowników, członków (w przypadku stowarzyszeń), fundatorów (w przypadku fundacji), itd. Opisujemy w tej sytuacji sposób poinformowania i zachęcania zespołu do udziału w projekcie, a w przypadku np. specyficznego wsparcia (np. szkolenie, wizyta studyjna) tylko dwóch osób z zespołu, podajemy zasady ich wyboru.

Nie ma ograniczeń co do liczby uczestników projektu. Możemy zaprosić do udziału kilka lub kilkaset osób. Liczba ta musi być jednak realna do osiągnięcia i umożliwiająca udzielenie konkretnego wsparcia. Musimy też udowodnić, że mamy doświadczenie i zasoby pozwalające na realizację przedsięwzięcia dla tak dużej grupy.