

## Ako zostaviť KVALITNÝ projekt?

Na zostavenie projektu neexistuje konkrétny a univerzálny recept, ale pri každom projekte je možné pomenovať niektoré základné zásady a časti, ktoré ak sú dobre pomenované spravidla znamenajú úspech celého projektu.

Projekt môžeme definovať ako plán práce, ktorý opisuje to, aká je súčasná situácia a aká bude, keď projekt ukončíme. Tiež je to súhrn informácií o tom, prečo projekt robíme, pre koho, s kým, kto nám pomôže, ako získame prostriedky, kedy, kto, čo urobí a podobne.

Pred tým ako projekt zostavíme je najdôležitejší nápad – čo vlastne chceme urobiť a čo bude jeho podstatou. Predpokladom úspešnej tvorby jednotlivých častí je schopnosť tvorivo myslieť - použiť všetky dostupné pomôcky, ktoré vám pomôžu myslieť tvorivo. Cieľom v tejto fáze je pozrieť sa na vec z rôznych uhlov pohľadu.

Projekt je mozaika rôznych častí - začať môžete určením východiskovej situácie a základného cieľa a postupne sa pustiť do ostatných oblastí. Projekt je mozaikou častí, ktoré dávajú správny tvar, len ak na seba nadväzujú. Preto sa neváhajte k jednotlivým okruhom priebežne vracieť a upravovať ich. Na úvod si zapisujte všetko, čo vám príde na um a postupne svoje predstavy okresávajte. Premýšľajte tvorivo, využívajte flipcharty, myšlienkové mapy či iné moderné nástroje. Pestrá skladba projektového tímu vám zabezpečí dostatok nápadov. Využívajte tento potenciál v plnej miere a úspech sa určite dostaví.

## Hlavné časti projektového zámeru

Projektový zámer je zložený z viacerých, logicky nadväzujúcich častí. Spravidla ide o informácie, ktoré sa týkajú cieľovej skupiny, východiskovej situácie, plánu aktivít (vrátane časového rozloženia), stanovenia kvantitatívnych a kvalitatívnych cieľov a rozpočtového plánu. Mimo to, je potrebné priložiť viaceré prílohy, najmä pokiaľ ide o žiadosti predkladané štátnym a samosprávnym orgánom, ide o rôzne potvrdenia, čestné prehlásenia a pod.

## Dôležité oblasti projektu:

- **Cieľová skupina**

Cieľová skupina predstavuje ľudí, ktorí budú mať z realizácie projektu prospech. V rámci presnejšej špecifikácie môžeme uvažovať o primárnej a sekundárnej cieľovej skupine. Primárna cieľová skupina je tá, ktorá je priamo dotknutá pôsobením projektu (tí, ktorí sa projektu zúčastnia). Pod sekundárnou skupinou môžeme rozumieť tú skupinu, ktorá pocíti vplyv projektových aktivít prostredníctvom zmien u primárnej cieľovej skupiny.

V niektorých prípadoch, najmä u projektov zameraných na získanie nových informácií, či zmenu postojov, môže byť cieľovou skupinou aj širšia verejnosť. Za týchto okolností je však rovnako zmysluplné špecifikovať kritéria, resp. charakteristiky časti verejnosti, ktorú sa chystáme osloviť (napr. mladí ľudia vo veku 15 – 25 rokov, obyvatelia satelitných obcí a pod.).

- **Východisková situácia**

Zjednodušene môžeme nazvať túto časť aj vyjadrením „kde sa nachádzame„. Snažte sa byť vo svojom pomenovaní východísk presný a konkrétny. Zároveň sa nebojte stanoviť hypotézy (inak to niekedy prosto nejde), ktoré vám poslúžia ako podklad pre pomenovanie cieľov a výber aktivít.

- **Ciele**

Pokiaľ poznáte východiskovú situáciu, nastal najvyšší čas definovať ciele. Jedným zo základných zásad je, že ciele by mali spĺňať tzv. SMART (Specifik, Measurable, Attainable, Realistic, Time bound) schému. Teda, stanovte si ciele dostatočne konkrétne, merateľné, dosiahnuteľné, realistické a časovo ohraničené/definované.

Obvyklé býva delenie cieľov na kvantitatívne ciele a kvalitatívne ciele. Kvantitatívne ciele majú vyjadrovať presne merateľné charakteristiky v číselnom vyjadrení. Môže ísť o počet aktivít konkrétneho druhu alebo tiež počet účastníkov aktivity. Kvantitatívne sa dá tiež vyjadriť počet vydaných tlačených materiálov (či mediálnych výstupov), návštevnosť internetovej stránky, počet respondentov v prieskumoch a mnohé iné charakteristiky.

Kvalitatívne ciele sú rovnako dôležité. Hovoríme o zmene stavu, ktorý nie je možné úplne presne číselne vyjadriť. Nadobudnutie zručností, zmena postoja, zlepšenie kvality života u cieľovej skupiny býva práve tou inštanciou, ktorá nás motivuje k realizácii projektu. Napriek náročnejšiemu postupu pri hodnotení úspešnosti naplnenia kvalitatívnych cieľov by sme mali hľadať vhodné postupy ako to dosiahnuť. Metód je viacero, počnúc pozorovaním, cez využitie pred/po testov či rozhovorov, až po zložitejšie komplexné techniky kvalitatívneho výskumu.

Kvalitní realizátori projektov si pri plánovaní dávajú obzvlášť pozor na to, aby si nezamieňali ciele s prostriedkami, obvykle vo forme aktivít. Pokiaľ sa napr. v položke ciele objaví znenie v štýle „organizácia podujatia pod názvom Tréning osobnostného rozvoja“, je potrebné zamyslieť sa. Pretože nakoniec môžete prísť k tomu, že uvedené podujatie je len cestou k tomu, aby absolventi získali niečo (konkrétne) do života. Samotná realizácia nie je skutočným cieľom, ale prostriedkom k jeho dosiahnutiu.

- **aktivity**

Činnosti, ktoré plánujete realizovať nazývame aktivitami. Každá aktivita by mala mať definovaný svoj začiatok a koniec. Nezabúdajte pri tom na to, že aktivity by nemali byť samoučelné a mali by priamo súvisieť so stanovenými cieľmi.

- **časový plán**

Rozumne vytvorený časový plán vás môže pri realizácii projektu ušetriť od mnohých starostí. Spracujte si ho ku každej aktivite samostatne, potom prekryte jednotlivé aktivity a budete mať lepší prehľad o procesoch,

ktoré budú musieť „bežať“ súčasne. Nezabúdajte tiež na to, že väčšina aktivít nemá len svoj formálny začiatok (teda dátum a čas, kedy aktivita začne pre účastníkov), ale aj prípravnú fázu. Prípravná fáza môže byť u niektorých typov aktivít (napr. konferencia) dlhšia ako samotná aktivita. Po formálnom ukončení by ste mali ešte zhodnotiť význam aktivity v nadväznosti na ciele. Zahrňte do svojho časového plánu prípravnú aj hodnotiacu časť.

Mimo času venovaného aktivitám je užitočné počítať aj s časom (fázou) súvisiacim s administráciou projektu. Pri takmer každom projekte je to čas strávený nad priebežnými/záverečnými správami, účtovníctvom projektu, medializáciou aktivít a cieľov, vzdelávaním pracovníkov a podobne.

- **propagácia projektu**

Rozhodli ste sa realizovať zámer, ktorý o kúsok zmení svet. Dajte o sebe vedieť. Nie len kvôli prezentácii donorov, ale aj preto, aby ste inšpirovali druhých. Účinnou formou propagácie je napríklad aj vlastná internetová stránka. Naplánovať si môžete pravidelné publikovanie článkov, vydávanie tlačových správ, výrobu vtipných nálepiek či odznakov. Možno sa vám na začiatku nepodarí osloviť médiá s celoštátnou pôsobnosťou. Nevadí. Obzrite sa po lokálnych novinách či televízií a sami ich oslovte. Isto zverejnia informácie o každom dobrom projekte.

- **potrebné zdroje**

Plánovanie zdrojov prebieha v dvoch hlavných etapách. V úvode projektu, v čase keď vzniká prvotný zámer, je vhodné zamyslieť sa nad jeho hlavnými zdrojmi. Postačuje povrchnejšie zhodnotenie dostupnosti zdrojov. Zámerom totiž je, aby ste sa nepustili do intenzívneho spracovania cieľov, aktivít, časového plánu a následne zistili, že projekt nebude možné, z pragmatických dôvodov realizovať (samozrejme: môžete sa pustiť do tvorby veľkolepých plánov a potom hľadať na tieto plány vhodné zdroje, pokiaľ teda počítate s tým, že projekt sa môže začať aj o rok, dva či neskôr po získaní potrebných zdrojov).

V tomto prípade nehovoríme len o finančných zdrojov, i keď tie sú samozrejme veľmi dôležité. Nemenej dôležité je aj personálne zabezpečenie. Bez vhodných, kvalifikovaných a odhodlaných ľudí je akokoľvek dobre financovaný projekt odsúdený na zánik.

- **rozpočet**

Rozpočet projektu predstavuje plán výdavkov a príjmov. Pre každú projektovú výzvu sa požadovaný rozpočet môže líšiť, ale obvyklé kategórie sú personálne náklady, prevádzkové náklady a výdavky na materiálno-technické vybavenie. Všetky tri kategórie sa potom delia na ďalšie podkategórie. U personálnych nákladov to môžu byť položky hrubá mzda, odvody a príspevky zamestnávateľa. Pri prevádzkových nákladoch výdavky na prenájom priestorov, komunikačné náklady či výdavky na rôzne služby (revízie zariadení, vedenie účtovnej agendy, stravovanie zamestnancov a iné). A napokon materiálno-technické vybavenie pokryje nákup materiálu potrebného na realizáciu aktivít.

Rozpočet by ste mali spracovať tak, aby bolo nie len vám, ale aj potencionálnym donorom dostatočne jasné, ako ste sa ku konečným sumám dopracovali. Zostavený rozpočet si pozorne porovnajte s obsahom projektu, aby sa vám nestalo, že v rozpočte uvediete položky, ktoré v aktivitách nespomínate.

Platí to i opačne – aby ste v priebehu realizácie nezistili, že dôležitá položka vám v rozpočte chýbala a projekt je teraz vážne ohrozený.

Zvyčajne sa pri projektových výzvach vyžaduje aj určitý vlastný vklad, buď vo forme finančnej, ale niekedy je možné podmienku vlastného vkladu vyjadriť aj nefinančným plnením. Vložiť tak môžete dobrovoľnícku prácu, sponzorom poskytnuté priestory a podobne.

V prípade že sa rozhodnete reagovať na grantovú výzvu, alebo žiadať príspevok na vlastný projekt zo samosprávy a potrebujete konzultácie k napísanému projektu, radi vám poradíme. Pre členov ZKSM ponúkame - poradenstvo pri písaní a konzultovaní projektov a žiadostí o grant.

Taktiež v rámci našej činnosti, ako sme už spomínali vyššie, už niekoľko rokov prebieha projekt - **Interný grant**, zameraný na prípravu a realizáciu malých projektových zámerov. Jedným z cieľov tohto projektu, je pomôcť členom ZKSM nadobudnúť nové zručnosti v oblasti projektového myslenia a vytvoriť príležitosť, kde si praxi môžu vyskúšať projektové zručnosti. Zapojením sa do Interného grantu si môžete vyskúšať ako reagovať na grantovú výzvu, ako napísať žiadosť o chválenie projektového zámeru, prípravu rozpočtu atď. V prípade, že projektový zámer bude napĺňať všetky podmienky pre udelenie finančného príspevku, budete si mať možnosť vyskúšať realizáciu projektu spojenú s vyúčtovaním a vyhodnotením projektu.