

Dobry projekt – czyli jaki?

ANALIZA POTRZEB

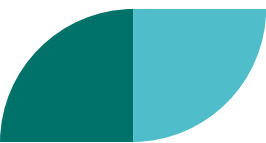
Poradnik dla
wnioskodawców
programu
Kreatywna Europa
2021–2027



SPIS TREŚCI

- 3 Wstęp
- 4 Czym jest analiza potrzeb i po co się ją stosuje?
- 6 Analiza potrzeb – co to właściwie jest?
- 8 Po co analiza potrzeb?
- 10 Wybrane metody analizy potrzeb
- 12 Analiza potrzeb w Programie Kreatywna Europa
- 14 Podsumowanie

WSTĘP



Program Kreatywna Europa wspiera projekty realizowane przez podmioty z sektora kultury, kreatywnego i audiowizualnego. Jego celem jest promocja europejskiej kultury i sztuki, zwiększanie mobilności artystów i dzieł europejskich, budowanie współpracy kulturalnej na poziomie ponadnarodowym, rozwijanie europejskiej publiczności oraz dostosowywanie sektorów kultury i kreatywnych do technologii cyfrowych i wdrażania innowacji.

W ramach komponentu Kultura największym zainteresowaniem wśród wnioskodawców cieszy się obszar Projekty współpracy europejskiej. Oferuje on wsparcie projektów opartych przede wszystkim na partnerstwie międzynarodowym.

Dobry projekt, to taki który odpowiada na potrzeby odbiorców, dlatego należy pamiętać, że absolutną podstawą jest rzetelnie przeprowadzona analiza potrzeb.

Broszura została stworzona z myślą o wnioskodawcach, którzy chcą zwiększyć swoją wiedzę nt. analizy potrzeb w kontekście tworzenia aplikacji o dofinansowanie w Programie Kreatywna Europa. Także dla tych, którzy chcą sobie przypomnieć, co jest podstawą metodologii projektów i jakie są najczęściej popełniane błędy w tym zakresie.

Publikacja powstała przy współpracy z **Anną Krzeszowską-Hovanecz**, doświadczoną trenerką z zakresu projektów międzynarodowych. Specjalizuje się w organizowaniu międzynarodowych wymian młodzieży w szczególności z krajami

Morza Śródziemnego. Prowadzi szkolenia i warsztaty m.in. z zakresu: międzynarodowych wymian młodzieży, zarządzania projektem, edukacji międzykulturowej, planowania i organizacji projektów międzynarodowych i budowania zespołu.

1

CZYM JEST ANALIZA POTRZEB I PO CO SIĘ JĄ STOSUJE?

Realizacja projektów jest stałym elementem pracy wielu instytucji publicznych, organizacji pozarządowych itp. Jest to z pozoru prosta rzecz: ktoś, robi coś, dla kogoś, ale....

Okazuje się potem, że nikt nie jest zainteresowany tematem. Mało osób przychodzi na zorganizowane działanie, nie ma chętnych do wzięcia udziału, nawet w najlepszych zajęciach.



I tu należy postawić sobie pytania

- dlaczego niektóre działania przyciągają rzeszę uczestników i uczestniczek, a niektóre są frekwencyjną kłapą?
- dlaczego kolejny projekt w instytucji to obciążenie kadrowe?
- dlaczego najbardziej kreatywny i entuzjastyczny zespół jest wypalony, często przeciążony, czasami znudzony?
- czy znany jest Ci pęd jednego projektu za drugim? Od terminu do terminu, bez rzetelnego „przystanku” i analizy, czy jest to jeszcze potrzebne? Czy działanie to przynosi zakładane korzyści, czy jest tylko łatwym sposobem na uzyskanie dofinansowania?

Szukając odpowiedzi na powyższe pytania, należy zacząć właśnie od analizy potrzeb! W swojej pracy, środowisku warto zadać sobie i swojemu zespołowi następujące pytania

Czego chcemy?

Jakie są potrzeby naszych grup docelowych?

Czego potrzebujemy?

Czy mamy odpowiednie zasoby, aby zaspokajać te potrzeby?

Czego brakuje w naszej organizacji?

Czego brakuje w naszym środowisku?

2

ANALIZA POTRZEB – CO TO WŁAŚCIWIE JEST?

Wyrażenie „analiza potrzeb” składa się z dwóch słów, zacznijmy zatem od pierwszego.

Według słownika Wydawnictwa Naukowego PWN, analiza to:

1. «rozpatrywanie jakiegoś problemu, zjawiska z różnych stron w celu jego zrozumienia lub wyjaśnienia»
2. «metoda badawcza polegająca na wyodrębnieniu z danej całości jej elementów i badaniu każdego z osobna»



Innymi słowy, analiza polega na zbadaniu danego zjawiska poprzez jego podział na części, aby poznać każdą z nich dokładnie. Dzięki temu można zobaczyć, jaką strukturę ma badane zjawisko, w jaki sposób działa oraz jakie zależności i powiązania w nim występują.

Potrzeba natomiast to odczucie braku czegoś, co jest niezbędne do prawidłowego funkcjonowania organizmu i psychiki ludzkiej. Każdy z nas codziennie odczuwa różnorodne potrzeby – jedzenia, odpoczynku, miłości itp. Pojawia się wówczas napięcie wewnętrzne, które motywuje nas do zdobycia tego, czego potrzebujemy. Gdyby ująć to jeszcze prościej – potrzeba to różnica między tym, „co jest”, a tym, „co powinno być”, która ukierunkowuje nasze działania na zdobycie tego ostatniego*.

ISTOTNE We wnioskach o dofinansowanie często mylnie analiza potrzeb opisywana jest jako zamierzenia, np. potrzebujemy więcej doświadczeń, materiałów, wiedzy w danym zakresie itp. Ważne jest rozróżnienie tych podstawowych pojęć: analiza potrzeb, cele oraz działania. Aby to zrobić, pomocne są pytania:

ANALIZA POTRZEB Dlaczego? Co chcę zmienić? Co nam przeszkadza?

CELE Po co? Co chcę osiągnąć?

DZIAŁANIA Jak? Jakimi metodami chcę osiągnąć założone cele?

Znalezienie właściwego partnera jest kluczem do realizacji efektywnego projektu niosącego pozytywny wpływ na wielu poziomach.

* Pakiet Edukacyjny PozafORMALNEJ Akademii Jakości Projektu – Analiza Potrzeb, część 5.

3

PO CO ANALIZA POTRZEB?

Właściwie wykonana analiza potrzeb
tyczy się elementów wewnętrznych
i zewnętrznych organizacji/instytucji.



ELEMENTY WEWNĘTRZNE to potrzeby osób pracujących/udzielających się na rzecz instytucji: ilość osób, wiek, doświadczenie, wykształcenie, motywacja do pracy, preferencje itp. Drugim elementem jest analiza pozostałych zasobów organizacji oraz celów dla których została powołana: jaka jest misja, wizja (jeśli jest), jakie mamy doświadczenie projektowe, struktura organizacyjna, zasoby materialne, finansowe, czasowe, czy mam czas i możliwości na realizację danego projektu.

ELEMENTY ZEWNĘTRZNE, to dogłębne sprawdzenie potrzeb grup docelowych, dla których działacie: wiek, zainteresowania, ilość, specyfika grup, specjalne potrzeby, z jakimi problemami się borykają, czego potrzebują. Poza tym analiza potrzeb środowiska lokalnego, czyli: znalezienie wyzwań, barier i potencjału w środowisku, zaznajomienie się z konkurencją, znalezienie sojuszników działań, zbadanie potrzeb osób/instytucji należących do najbliższego środowiska.

Właściwie zrealizowana analiza potrzeb pozwala uniknąć frustracji zespołu oraz realizacji nietrafionych pomysłów i działań. Mimo, iż wymaga ona poświęcenia czasu, należycie wykonana przyniesie wiele korzyści, w tym także te niezaplanowane, a realizacja projektu będzie przyjemnym doświadczeniem, a nie drogą przez mękę całego zespołu.



4

WYBRANE METODY ANALIZY POTRZEB

Poniżej przedstawione zostały propozycje niektórych metod analizy potrzeb w różnym wymiarze. Wiele z nich wywodzi się z biznesu, gdyż badanie rynku, badanie wydolności organizacji, pracy osób zatrudnionych jest podstawą działalności drugiego sektora w naszej gospodarce. Organizacje pozarządowe, instytucje publiczne powinny uczyć się tego podejścia, dlatego też na naszym rynku pojawiły się instytucje, organizacje, które zajmują się profesjonalnym podejściem do analizy potrzeb i wspierają instytucje non-profit w tej kwestii.

Inne przykładowe źródła, gdzie można uzyskać informację o analizie potrzeb: Narodowe Centrum Kultury, Instytut Badań Instytucji Kultury, portal dla organizacji non-profit NGO.pl, Stowarzyszenie Klon-Jawor.

Analiza potrzeb pracowników/pracownic/ wolontariuszy/ wolontariuszek

- rozmowy
- obserwacje
- analiza 360 stopni
- ewaluacje okresowe
- kwestionariusze osobowe

Analiza potrzeb zasobów organizacji

- macierz BCG
- analiza SWOT
- mapa interesariuszy
- raporty z poprzednich projektów
- analiza struktury organizacji
- USP – Unique Selling Proposition

Analiza potrzeb grup docelowych

- Desk research, czyli badanie zza biurka
- prasa specjalistyczna
- Urzędy Miasta, Gminy, MOPS itp.
- obserwacje
- wywiady
- grupy focusowe
- ankiety
- „rozmowa z problemem wg Freda Fishera”

Analiza potrzeb środowiska lokalnego

- mapa zasobów i potrzeb
- analiza PEST
- spacery społecznościowe
- mapa otoczenia organizacji
- statystyki GUS
- strony ośrodków badawczych (np. www.cbos.pl; www.tns-obop.pl)

Zachęcamy do poszukiwania swoich narzędzi i metod analizy potrzeb. To co sprawdza się w jednej organizacji, może być nieadekwatne w innych. Organizacje pozarządowe, instytucje publiczne, partnerzy polscy/krajowi, partnerzy zagraniczni, każdy z nich jest inny. W zależności od rodzaju organizacji/instytucji jakiej dotyczy analiza, wybrane narzędzia mogą być różnorodne, dopasowane do potrzeb i lokalnych realiów oraz możliwości.

5

ANALIZA POTRZEB W PROGRAMIE KREATYWNA EUROPA

Jedną z przyczyn powstania tej publikacji były stale powtarzające się błędy wnioskodawców na temat analizy potrzeb. Bardzo często beneficjenci zgłaszali problemy ze zrozumieniem tego zagadnienia, nieznaną istoty, metod oraz sposobu określania analizy potrzeb we wniosku o dofinansowanie jak i podczas przygotowywania projektu. Program Kreatywna Europa, jak większość programów Komisji Europejskiej stosuje metodologię projektową opartą na potrzebach danej grupy docelowej, środowiska, czy organizacji/institucji.

WAŻNE: bez problemu nie ma projektu!



We wniosku o dofinansowanie kilka razy wnioskodawca proszony jest o szczegółowe opisanie na bazie jakich problemów, wyzwań, potrzeb stworzony jest projekt. Niestety często nie ma uzasadnienia, a piszący skupiają się jedynie na celach i różnorodności metod w projekcie. Wiadomo co chce się zrobić, ale nie wiadomo jaka stoi za tym potrzeba, co często jest przyczyną odrzucenia wniosku.

Opis analizy potrzeb a wniosek o dofinansowanie

- w **opisie ogólnym** wniosku;
- **analiza potrzeb** powinna być oparta na konkretnych badaniach, analizach, opisana z punktu widzenia wszystkich partnerów biorących udział w projekcie;
- **każdy projekt powinien przynieść zmianę**, bazując na analizie potrzeb wiemy, że tą zmianę uda się zrealizować i jest potrzebna;
- **potrzeby/problemy** i pomysł na rozwiązanie powinny być spójne z założeniami Programu Kreatywna Europa, priorytetami i aktualnymi wymogami;
- **opis koncepcji projektu** powinien być stworzony na bazie przeprowadzonej analizy potrzeb;
- **równowaga płci, zachowanie różnorodności itp.** powinna opisywać na jakiej postawie proponujemy zaangażowanie różnorodnych grup, czyli w jakiś sposób zadbaliśmy o zbadanie potrzeb danej grupy;
- **partnerstwo i komplementarność**, bez szczegółowej analizy potrzeb, zasobów i wyzwań partnerów, część ta nie zostanie właściwie zrealizowana i opisana;
- **wkład partnerów** w realizację projektu nie musi być równy, jednakże bez odpowiedniego uzasadnienia możliwości/zasobów każdego z nich nie będzie to właściwie ocenione;
- **grupy docelowe i publiczność** oraz sposób dotarcia do nich; jedynie przy odpowiedniej analizie potrzeb grup docelowych, wnioskodawcy będą wiedzieć jak spełnić ten warunek i właściwie opisać go we wniosku.

Cele wynikają z potrzeb i są odzwierciedlone w działaniach, bez zachowania tej logiki, wnioski o dofinansowanie są niespójne. Beneficjenci powinni zwracać baczniejszą uwagę na pytania zawarte we wnioskach i odpowiadać na nie ze szczególnym uwzględnieniem i zachowaniem powyższego ciągu.

6

NAJCZĘŚCIEJ POPEŁNIANE BŁĘDY

**Jeżeli chcesz gdzieś dojść,
najlepiej znajdź kogoś, kto już
tam doszedł.**

Robert Kiyosaki



Tworzenie analizy potrzeb

- Ograniczanie analizy do zgromadzenia informacji o otoczeniu i organizacji;
- Opieranie analiz na własnych osądach i przeczeniach (formułowanie stwierdzeń typu: „Polakom coraz gorzej się powodzi”, mimo iż dane statystyczne mówią co innego);
- Niedopasowanie zakresu analizy do skali i charakteru działań (przytaczanie ogólnopolskich danych przez organizację działającą na małą, lokalną skalę);
- Pominięcie w analizie istotnych aspektów funkcjonowania organizacji i jej otoczenia (np. brak analizy konkurencji, słabe analizy finansowe);
- Niewłaściwy dobór narzędzi do analizy (stosowanie zawsze tego samego i ograniczonego zestawu metod, nieumiejętność adaptowania narzędzi stworzonych dla biznesu do specyfiki działań NGO);
- Niewłaściwe wnioskowanie (popelnianie różnych błędów wnioskowania: logicznych, merytorycznych, fałszywej analogii, innych);
- Opracowanie rekomendacji zbyt ogólnikowych, w efekcie – trudnych do wdrożenia.

Wniosek o dofinansowanie

- Brak opisu analizy potrzeb, skupienie się jedynie na celach i metodologii;
- Mylenie opisu analizy potrzeb z celami;
- Brak opisu potrzeb partnerów;
- Wnioskodawca nie opisuje innowacyjności swoich działań, nie udowadnia braku podobnych już rozwiązań.

Podsumowanie

Analiza potrzeb jest jednym z najtrudniejszych elementów pracy organizacji, instytucji. Jest to odrębne działanie samo w sobie, które wymaga zaangażowania wielu zasobów ludzkich, czasu, nierzadko pieniędzy, materiałów. Dowiedziono jednak, że właściwie wykonana wpływa pozytywnie na pracę, planowanie kolejnych projektów, a co najważniejsze ich tworzenie ma w niej uzasadnienie.

Zachęcamy do pracy nad analizą potrzeb nawet najmniejsze organizacje. Właściwie wykonana przyczyni się do rozwoju instytucji, zadowolenia pracowników/wolontariuszy i wielu zmian społecznych w środowisku, w którym pracuje. Powodzenia!

Creative Europe Desk Polska

Al. Ujazdowskie 41

00-540 Warszawa

tel. +48 22 44 76 180

info@kreatywna-europa.eu

kreatywna-europa.eu

@kreatywnaeuropa

@creative_europe_desk_polska

www.kreatywna-europa.eu

www.kreatywna-europa.eu

www.kreatywna-europa.eu

www.kreatywna-europa.eu

www.kreatywna-europa.eu

www.kreatywna-europa.eu

www.kreatywna-europa.eu

www.kreatywna-europa.eu

www.kreatywna-europa.eu

www.kreatywna-europa.eu

www.kreatywna-europa.eu

www.kreatywna-europa.eu

www.kreatywna-europa.eu

www.kreatywna-europa.eu

www.kreatywna-europa.eu

www.kreatywna-europa.eu

www.kreatywna-europa.eu

www.kreatywna-europa.eu

www.kreatywna-europa.eu

www.kreatywna-europa.eu

www.kreatywna-europa.eu

www.kreatywna-europa.eu

www.kreatywna-europa.eu

www.kreatywna-europa.eu

www.kreatywna-europa.eu

www.kreatywna-europa.eu



Współfinansowane przez
Unię Europejską



**Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego**

Publikacja została sfinansowana przy wsparciu Komisji Europejskiej oraz Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Wyraża ona jedynie opinie jej autorów, a Komisja oraz MKiDN nie mogą zostać pociągnięte do odpowiedzialności w zakresie wykorzystania informacji w niej zawartych.