

Második fejezet: Projektek a gyülekezeti életben

Tudom, hogy ez a kifejezés, a „projekt”, nem megszokott a gyülekezeti szóhasználatban és gondolkodásban. Túlságosan „világinak” tűnik. Sok dologgal vagyunk – sajnos – ugyanígy. Holott a Biblia is tele van „projektekkel” – attól teljesen függetlenül, hogy sehol nem nevezik ilyen módon. Rengeteg bibliai vezetési alapelvet vett át és alkalmaz sikerrel a modern vezetéstudomány, sőt, a kifejezetten vezetőknek készült képzési anyagok egy jelentős része kifejezetten keresztény szemléletű, hívő keresztények által összeállított, és rengeteg bibliai példát és utalást nyíltan is felvállaló anyag.

Visszatérve a projekt alapú tervezésre, amiről ebben a fejezetben szó lesz: ez egy szemléletet jelent, amely segíthet a gyülekezet, missziós szervezet vezetőinek abban, hogy a sokszor lelki-szellemi inspirációkból fakadó, sokszor egyáltalán nem materiális, nem kézzelfogható „eredményekben” jelentkező céljaikat konkrét, világos, megvalósítható keretekbe foglalhassák, és azokat el is érhessék. Ez egy olyan szemléletváltás, amelynek a lényege, hogy a gyülekezet egy „mennyei” közösség, Isten gyermekeinek családja – de a spirituális tartalom egy nagyon is valóságos, hétköznapi keretben működik:

- a közössége életének fenntartása, irányítása, szolgálata kommunikációt és szervezést igényel
- ennek a kommunikációnak eszközei vannak, amelyekkel élnünk kell, nehogy az üzenet a kommunikációs források hiánya vagy problémái miatt ne érjen el a hallgatókig
- mindehhez a háttérrel biztosítani kell
- ez a háttér jelenti az emberi erőforrásokat, a szükséges ismereteket, készségeket és a hozzájuk közvetlenül vagy közvetve szükséges materiális és anyagi forrásokat

Egyszóval a gyülekezet is – kereteiben! – ugyanolyan szervezeti egység, mint bármelyik más emberek által létrehozott és működtetett szervezeti forma, legyen az alapítvány, vállalat, sportegyesület. Adminisztrálni, kommunikálni, rendszerezni, szervezni, könyvelni, feladatokat delegálni kell, azokat elvégezni, az elvégzést

megtervezni, kivitelezni, ellenőrizni – ezek mind-mind emberi feladatok. Közben természetesen imádkozunk, közben mivel keresztények vagyunk, más lehet a légkör, a hozzáállás, nem biztos, hogy érdekből vagy anyagi haszonszerzésből fogunk dolgozni – de ezeket akkor is a tőlünk telhető lehető legmagasabb színvonalon, vagyis felelősen el kell végeznünk. A legtöbb nagyszerű célkitűzés nem azért marad álom, mert eleve elérhetetlen vagy lehetetlen – hanem egyszerűen nem fektettünk energiát, időt, pénzt abba, hogy a célig elvezető utat lépésről-lépésre kidolgozzuk és azon lépésről-lépésre végig is menjünk.

Nos, ez a projektszemlélet lényege – többek között a gyülekezeti munkában is. Ez a fajta felelős, precíz hozzáállás, ami nálunk, keresztényeknél abból fakad, hogy Istenünk, akiben hiszünk, akit szeretünk és szolgálunk, a legtöbbet „érdemli” tőlünk, amire képesek vagyunk.

1. Mit nevezünk projektnek – és mit jelent ez a gyülekezeti életben?

Akkor kezdjünk el definiálni:

A görög-latin gyökerekkel rendelkező angol „project” szó „ELŐREVETÍTÉST” jelent, ami esetünkben az **előre vetített, megvalósítandó célokat, eredményeket** jelenti.

Ha megpróbáljuk megfogalmazni, akkor a projekt egy olyan célirányos, megtervezett, általában időben is behatárolt tevékenység, amelyben arra vállalkozunk, hogy egy egyedi terméket, szolgáltatást vagy eredményt, vagyis értéket hozzunk létre.

Másképpen fogalmazva a projekt egy pontosan körülírt, mérhető, elérhető, releváns és (ésszerű) időtartamhoz kötött **célok és eredmények** megvalósítására tervezett **változás vagy változtatás**. A változást az abban **érintett, a célt kítűző vagy a cél által kedvezményezett egyének és/vagy csoportok** kezdeményezik, tervezik és viszik véghez, a rendelkezésükre álló **erőforrások** által úgy, hogy általában előre meghatározott és részletesen körvonalazott lépéseken keresztül kítűzött részeredményeket, részállapotokat (úgynevezett **mérföldköveket**), végső soron pedig a változás legfőbb céljait és eredményeit együtt, sikeresen elérik.

Mi kell tehát ahhoz, hogy egy célkitűzésből, vízióból, jövőképből, tervből PROJEKT legyen:

1. Az elérni kívánt változás – vagyis a konkrét célok és eredmények megfogalmazása – lehetőleg írásban is
2. A célokhoz lehetőleg mérhető, kézzelfogható végeredmények hozzárendelése – különben a célkitűzés elméleti síkon marad, és az egész munka elveszíti az ellenőrizhetőségét
3. A határidők kitűzése, és ezzel a projekt megvalósításához szükséges időkeret józan, reális megállapítása – ami önmagában egy komoly tervezési és előkészítési feladat
4. A projekt végrehajtásáért felelős személy(ek) kiválasztása és megbízása
5. A projektet megvalósítók definiálása és megbízása
6. A cél eléréséhez szükséges valamennyi feltétel biztosítása – materiális (például helyszínek, eszközök), immateriális (például szakmai ismeretek és készségek) és anyagi (pénzügyi) források
7. A cél eléréséhez vezető út részletes megtervezése – ez a projekt-terv
8. A terv megvalósítása
9. A megvalósítás folyamatos ellenőrzése és szükség esetén annak módosítása

Látható, hogy nem valamiféle „világi” dologról, a gyülekezeti élet elüzletesítéséről van szó, hanem „csak” átfogalmazzuk a tennivalóinkat egy olyan szaknyelven, amit egyébként az üzleti élet használ.

Íme egy másik definíció ugyanerre (enciklopedia.hu):

Projektnek nevezzük azon tevékenységek összességét, amelyek egy egyszeri, komplex feladatot jelentenek az adott szervezet számára. Egy projektet időben meghatároz annak kezdeti és befejezési időpontja, valamint meghatározzák az eredménycélok és behatárolják a költségkeretek.

A projektek rendszerint középtávú időhorizontra szólnak, és viszonylag jelentős változást hoznak a szervezet életébe. A hatáskörük kiterjedhet az egész szervezetre, esetleg egy vagy több funkcionális egységére.

A projektek helye a stratégiai tervezésben: a projektek köztes pozíciót töltenek be, a stratégiai vezetés és az operatív vezetés között helyezkednek el. A projekt-terv a stratégiai tervezés által kijelölt célokat fordítja le az operatív tervezés szintjére.

Fordítsuk le ezt gyülekezeti szintre egy példán keresztül:

A gyülekezetnek van egy stratégiai terve, ami a küldetéséből fakad: legyen egy nagyszerű ifjúsági csoportja. Ez tehát a mostani szakzsargonunkban a „stratégiai cél”. Az operatív megvalósító az ifjúsági vezető – legyen az segédlelkész vagy csak egy lelkes fiatal, akire a vezetőség rábizza ezt a feladatot. És sokszor ezen kívül nem történik semmi más. A lelkész várja az eredményeket, az egyre látogatottabb ifiórákat, a megtérő fiatalokat az ifjúsági vezetőtől – aki megpróbál mindenféle dolgot, ami a tehetségéből, ismereteiből, kreativitásából fakad. Ha valami kérése van, akkor jelentkezik a lelkésznel, de nincs semmiféle leírt koncepció, nincs közösen kialakított stratégia, nincs az ifjúsági munkára elkülönített és lehívható forrás, egyszerűen „zsigerből” működik minden, keretek nélkül, szupervízió és ellenőrző mérföldkövek nélkül. És vannak helyek, ahol ráadásul ezt a fajta szervezetlenséget és felelőtlenséget végül ráfogják a Szentlélek vezetésére.

A projektekben való gondolkodás azt jelenti, hogy az Istentől kapott elhívásunknak a lehető leggondosabb emberi munkával szándékozunk eleget tenni. A projekt nem azt jelenti, hogy agyonbonyolítom és túladminisztrálom a teendőimet, hanem hogy átgondolom, megtervezem, felépítem, ellenőrizhetővé teszem és pontról-pontra megvalósítom azokat. Ebben az értelemben amikor egy ifjúsági csoport munkájáról gondolkodunk, akkor az egy projekt. Amikor egy evangélizációs hétre készülünk, az is egy projekt. Az énekkar működése is egy projekt. Voltaképpen minden tevékenységünket, funkcionkat felfoghatjuk úgy is, mint egy projektet.

Mi a jó ebben? Mitől lesz más az életünk, ha ezután projekteknek nevezzük el azokat a dolgokat, amiket eddig is csináltunk?!

Ha csak az elnevezésen változtatunk, akkor az égvilágon semmi! De ha nem a néven változtatunk, hanem a mögötte lévő hozzáálláson és az eddig is végzett tevékenységünk újragondolásán, átformálásán – akkor viszont (hogy az előbbi szóképnél maradjak) ég és föld! Nem az elnevezés fogja mássá tenni a tevékenységeinket, és főképpen azok eredményességét, hanem az, ahogyan csináljuk. De hogy világosabb legyen, nézzük meg a következő fejezetben, mi tesz egy projektet működőképessé!

2. A jó projekt ismérvei

Nyolc nagyon fontos jellemzőjét fogjuk most áttekinteni és néhány mondatban meghatározni a jó projektnek. Ez azt jelenti, hogy minden tevékenységnek, amibe a gyülekezet csak belefog, rendelkeznie kellene ezzel a nyolc jellemzővel. Ha ezek a tételek igazak minden egyes feladatra, kezdve az adminisztrációs munkától a szociális tevékenységeken át bármiféle speciális missziós kezdeményezésig, akkor jó esélyeink vannak arra, hogy gyümölcsöket is hozzon a munkánk. Ha azonban hiányoznak ezek a jellemzők, akkor sok esetben hiábavaló módon vagy fölösleges célokért fáradunk, és ez duplán jelent veszteséget: nem csak sikertelenek leszünk olyan dolgokban, amiket végzünk, de nem marad erőnk, időnk, lehetőségünk azokat a célokat elérni, amiket viszont mindenképpen el kellene érünk, mert a küldetésünkéből fakadnak! Ez tehát egyfajta ellenőrző lista, amin érdemes átszűrni minden most végzett célunkat és tevékenységünket, és azokat, amelyek fennakadnak a rostán, átgondolni, hogy egyáltalán kell-e végeznünk, és ha igen, hogyan tudnánk hatékonyabban végezni.

1. A projekt célja releváns

Ez a kifejezés – releváns – három különböző dolgot jelent, és mindháromnak egyszerre igaznak kell lennie ahhoz, hogy a projektünk sikeressé válhasson:

1.) Beleillik a szervezet küldetésébe

Csak olyan célt érdemes kitűznünk, amelynek elérése mindannyiunk érdeke és küldetése. Ezt egyébként például pályázatok elbírálásánál is vizsgálják a kiírók. Vagyis csak olyan célt érdemes kitűzni, olyan tevékenységbe érdemes belevágni, amely abba az irányba mutat, amelyikbe a gyülekezetünk vagy szervezetünk egésze halad.

Hadd mondjak példát, amiből világossá válhat, mire is gondolok. Egy ifjúsági missziótársaságnak nem küldetése a nyugdíjasok felé végzett szolgálat – hiszen akkor már eltér az önmeghatározásától, és többé már nem ifjúsági missziótársaság lesz többé. Minden olyan tevékenység releváns számára, aminek a célcsoportja az ifjúság, a fiatalok. Ebbe beletartozhatnak az iskolai klubok indítása, filmklubok, ifjúsági vezetőképzések szervezése, fiataloknak szóló kiadványok kiadása. Vagyis a

szervezetemnek van egy küldetésnyilatkozata, és csak olyan tevékenységbe fogunk bele, ami ennek a küldetésnyilatkozatnak megfelel.

Azonban van olyan ifjúsági szervezet, amely nagyon komoly szolgálatot tart fent kifejezetten idősebbek, nyugdíjasok felé. A német Youth for Christ (Fiatalok Krisztusért) szállodákat tart fenn, amelyeket elsősorban nyugdíjasok látogatnak. Itt kiemelt színvonalú szállodai szolgáltatásokat kapnak, amit a különböző keresztény, lelki rendezvények és programok kiegészítenek, és így válik a YFC által fenntartott szálloda egyedivé és egyébként igen látogatottá. Mit keres ez a tevékenység egy ifjúsági missziós szervezet égisze alatt?! Nos, ennek a „szállodáztatásnak” a célja nem valamiféle öncélú gazdasági tevékenység, még csak nem is a fiatalok alkalmi vagy nyári munkához való juttatása, hanem az a kifejezett és teljesen nyilvánvalóvá is tett célkitűzés, hogy minden szállóvendégnek bemutatják a Youth for Christ küldetését és munkáját, és hosszú távú támogatói programokba vonják be azokat, akik a vendégszeretetüket élvezik. Amikor még jómagam is aktív részese voltam a YFC munkájának, a német iroda volt a leggazdagabb, ha jól emlékszem, több mint kétmillió eurós éves büdzséből finanszírozta az ifjúsági misszióját – aminek a legnagyobb részét az így kialakított támogatói kapcsolatokból szerezte meg! És ne feledjük, azon túl, hogy egy magas színvonalú szállodai szolgáltatást nyújtottak, amit a vendégek örömmel meg is fizettek, általában hosszú távú, több éves adományozói partnerkapcsolatokat építettek ki. Tehát a „nyugdíjasok” felé biztosított szállodai szolgáltatás így vált egy ifjúsági missziótársaság számára relevánssá.

Mit jelent ez a gyülekezeteinkkel kapcsolatban?

Érdemes lenne ezen a pontos elvégezni egy alapos gyülekezeti átvilágítást, amelynek a célja az lenne, hogy felmérjük és átlássuk, a gyülekezetünk, és annak lelkésze(i), munkatársai, önkéntesei milyen feladatokat végeznek, mi mennyi embert, mennyi időt, mennyi pénzt és milyen egyéb erőforrásokat köt le. Nem kell túlbonyolítani, egy ilyesmi táblázat bőven megteszi:

Tevékenység megnevezése	Ki a felelőse?	Kik végzik el a feladatokat?	Milyen gyakoriságú a tevékenység?	Hány órát vesz igénybe havonta?	Ki a célcsoportja – vagyis kit szolgálunk ezzel?	Milyen hatékonyságú / mennyire sikeres? Pontozzuk 1-10-es skálán
1						
2						
3						
4						

Az lenne jó, ha ennek a listának az összeállításába minél többeket, lehetőleg a gyülekezet vezetőségét is bevonnánk, és megpróbálnánk a valósághoz minél hűebben kitölteni. A hatékonyságot érdemes közvetlenül a célcsoporttal meghatározni, akár egy kérdőív vagy egy névtelen visszajelző lap segítségével.

Amikor egy gyülekezet elkészíti a saját tevékenység-térképét, „érdekes” dolgok szoktak kiderülni – többször láttam ilyesmit:

- kiderülhet, hogy a tevékenységek legnagyobb hányadát a gyülekezet és a vezetők egy nagyon csekély hányada végzi el – és ebből fakad, hogy sokan közülük idő előtt kiégnek
- kiderülhet, hogy a tevékenységeink 80-90%-a olyan célokra irányul, amelyek sokkal kevésbé relevánsak és fontosak, és az igazán magas prioritású célokra (például lelkipozíció, utógondozás, konkrét evangélizációs munka) sokkal kisebb részesedéssel rendelkeznek, mint ahogy mi azt gondolnánk
- kiderülhet, hogy ugyan végzünk egyszerre 20-30 féle tevékenységet, de mivel túl vagyunk terhelve, alig van olyan, amelyik megüti a mércét

- kiderülhet, hogy az időbeli, anyagi erőforrásaink legnagyobb része egyáltalán nem oda folyik, ahová hittük, hogy folyik
- kiderülhet, hogy egyes célcsoportok felé rengeteget szolgálunk, míg más célcsoportok teljesen kiszorulnak az időnkéből és a tevékenységeinkből. Ráadásul az is kiderülhet ilyenkor, ha tovább gondoljuk mindezt, hogy esetleg egy kisebb célcsoportot túlreprezentálunk, míg azokat, akik sokkal többen vannak és sokkal nagyobb fókuszra érdemelnének, kevésbé vesszük számításba, amikor a tevékenységeinket végezzük

Egyszóval egy ilyen gyülekezeti átvilágítás sokat segíthet abban, hogy felmérjük, mennyire releváns mindaz, amit egyébként teszünk. Mennyire illik bele a küldetésünkbe, a küldetésünk fókuszába és prioritásába. Sajnos a legtöbb gyülekezet attól szenved, hogy a tevékenységének és erőforrásainak legnagyobb része adminisztrálásra, épületfenntartásra, hivatali ügyintézésekre megy el, és nem marad sem lelki-, sem fizikai erő a misszióra, az valódi emberek valódi szolgálására, a hozzá szükséges anyagi forrásokról nem is beszélve.

2.) A célkitűzés valós szükséglet tölt be

Ez a második kulcsfontosságú ismérve a jó projektnek. Sajnos sokszor ez sem teljesül. És ennek is több oka lehet – de előbb nézzünk példát rá.

A házicsoport, mint gyülekezetépítési és missziós „eszköz”, manapság nagyon felkapott téma. Valóban nagy erőforrása lehet mind a közösségépítésnek, mind a szolgálatnak vagy a misszióknak a jól felépített és hatékonyan működtetett házicsoportos rendszer – azonban van olyan területe hazánkban, ahol az emberek egyszerűen nem szokták meg, hogy egymáshoz „átjárkáljanak”. A saját otthonát mindenki egyfajta szent és védett helyként, a magánélet legintimebb területeként tartja számon, és egyszerűen az embereknek eszébe sem jut egymást meghívni vagy másoknál vendégeskedni. A közösségi életet közösségi helyeken élék meg, az utcán, a kultúrházban, a gyülekezetben – de az otthonokban nem. Ilyen helyen akart egy gyülekezet házicsoportokat indítani. Nem sikerült, bár éveken át próbálkoztak vele – de egyszerűen a célcsoportjuk, az a közösség, amelyben a gyülekezet élt és dolgozott, erre nem volt nyitott – pontosabban megfogalmazva erre nem volt szüksége. Vagyis nem erre volt szüksége. A gyülekezet be akart tölteni egy olyan célt, amely a sajátja volt – és nem a célcsoporttá, akik felé

szolgálni akartak. Olyan ez, mintha egy büfés mindenkire a lekváros lángost próbálná meg rábeszélni – csak mert neki az ízlik, vagy valakitől azt hallotta, hogy az milyen finom. De a vásárlóknak nem ízlik. És nem azzal van a baj, hogy a lángos nem kellene nekik – csak ezt a fajtát nem veszi be a gyomruk. Viszont hiába szeretnének káposztás lángost, azt meg a büfés nem szereti, és nem süt olyat. Az ilyen falatozó gyorsan lehúzza a rolót! És mielőtt valaki félreértene: most nem a bűnről vagy az igazságról beszélek, nem arról van szó, hogy a bűnös embernek úgyse ízlik az evangélium – hanem arról, hogy vannak olyan módok, ahogyan be tudnák fogadni, de vannak olyanok is, amik a tálalás vagy a körítés miatt vannak eleve kudarcra ítélve. És nekünk nem annak az „ízlése” számít, akit szeretnénk „megetetni” – hanem a sajátunk! Nos ez az, ami életképtelen, önző és eredménytelen.

Egy másik, talán egyértelműbb példa a zenéhez kötődik. Nem biztos, hogy minden esetben valós szükséglet tölt be az orgonával kísért korál éneklés vagy a fúvószena a fiatalok életében – vagy másik oldalról a dobbal, elektromos gitárral kísért rockos dicsőítés az idősebb generációk számára.

Miből fakad, hogy gyülekezetek vagy missziók olyan célokat igyekezzenek betölteni, amikre a célcsoportjuknak tulajdonképpen nincs is szükségük?

Három általános okot meg tudok fogalmazni:

1.) A TRADÍCIÓK

Gyülekezetek sok tevékenységet csak azért végeznek, mert valaki valamikor kitalálta, és azóta még soha nem hagyták abba.

A tradíció lényege, hogy amikor egy megoldási rendszer beválik, akkor mindaddig megtartjuk, amíg beválik. Ilyen esetben beszélhetünk jó tradíciókról – és ezeket őriznünk is kell. Amíg egy cselekvéssornak van valós hatása, és ez a hatás nagyobb, mint amibe belekerül, addig érdemes végeznünk. Azonban amikor nagyobb árat kell fizetnünk egy tradíció fenntartásáért, mint amennyit nyerünk vele – vagy amikor már csak keretek vannak, cselekvési minták, de a tartalom már rég nem működőképes, akkor a tradíció kártékonná vált, és minél hamarabb abba kell hagynunk!

Egy nagyon erőteljes bibliai példát látunk erre a 2Királyok 18,4-ben, Ezékiás királlyal kapcsolatban:

Ő szüntette meg az áldozóhalmokat, összezúzta a szent oszlopokat, kivágatta a szent fákat, és darabokra törette a rézkígyót, amelyet Mózes készített; mert Izráel fiai mindaddig annak tömjéneztek, és Nehustánnak nevezték.

A rézkígyó Isten hatalmas szabadításának eszköze volt Mózes idejében – de a királyok korában már nem! És az, hogy Izráel népe még mindig a rézkígyót imádta, bűnévé vált, és így megfosztotta a növekedésétől, az áldásától. A jövő érdekében össze kellett törni azt, ami régen működött.

Láttam gyülekezetet kettészakadni az éneklési stílusok miatt. Megtért rengeteg fiatal, de a gyülekezet nem volt hajlandó tekintettel lenni rájuk, tiltották az „új” énekeket, és amikor dönteni kellett a tradícióik vagy a fiataljaik mellett, akkor a gyülekezet elidősödő tagsága megszavazta, hogy az énekeskönyvek fontosabbak, mint a megtért fiatalok – és közel száz fiatal hagyta el a gyülekezetet, és épült be máshová.

Ez szélsőséges példa – de sajnos igaz. A legtöbb csupán tradicionális okokból végzett gyülekezeti tevékenységnek nincs ennyire súlyos következménye. „Csak” annyi, hogy nem marad idő, kedv, erő olyan célok megvalósítására, amelyek valódi szükségeket tölthetnének be emberek életében.

2.) A VEZETŐK ÖNZÉSE

Ez az ok gyakran társul az előzőhöz – és legalább annyira nehéz beismerni, mint az előzőt. De gyakran fordul elő, hogy a lelkész vagy a vezetőség teológiai-, kegyességi vagy tradicionális beállítottsága miatt végez, vagy nem végez egy gyülekezet bizonyos feladatokat. Lehetséges, hogy a gyülekezet tagjai igényelnének egy komoly személyes lelkigondozói szolgálatot, de a lelkész inkább szeret a szószékről prédikálni, mint látogatni. A gyülekezetben emiatt esik a morál, ezért még több lesz a hitmélyítő, hogy a lelkész kompenzáljon – és a valódi szükségek betöltetlenek maradnak. Ez a vezetői önzés leggyakrabban a misszióval kapcsolatban ütközhetnek ki. Több helyen láttam, hogy a lelkész gátolja a gyülekezet missziós törekvéseit, vagy a presbitérium a lelkészét – mert mások az érdekeik, a megszokásaik, a

kultúrájuk, de voltaképpen egyszerűen nem akarnak lemondani a saját akaratukról és tetszésükről. A gyülekezet szolgálata ilyen okból is céltalanná, hatástalanná, irrelevánssá válhat.

3.) A HOZZÁ NEM ÉRTÉS - A „PIACKUTATÁS” HIÁNYA

Ez pedig „szerencsére” talán a leggyakoribb oka annak, hogy sok nem releváns tevékenységet végzünk – vagy az igazi szükségeket nem töltjük be. Remélhetőleg a tradíciók helyesen élnek tovább vagy hullnak a missziótörténet süllyesztőjébe, és önző vezetőkből is kevés van – a leggyakoribb ok inkább módszerbeli hiányosság – ezt pedig könnyű orvosolni! És ez nagyon jó hír!

Az üzleti világban minden egyes termék bevezetését nagyon gondos piackutatás és előkészítés előzi meg. Túl sokan és túl gyorsan buktak el ennek a hiánya miatt! Vagyis ha egy vállalat egy új terméket akar piacra dobni, csak akkor teszi meg, ha meg van győződve a következőkről:

- a termék valós fogyasztói szükségét tölt be
- elegendő nagyságú felvevőpiacot tud mozgósítani a vállalat, hogy megérje a termék fejlesztése, gyártása és forgalmazása
- rendelkezik a célcsoport eléréséhez szükséges kommunikációs és terjesztői csatornákkal
- a termék megfizethető és elég vonzó áru ahhoz, hogy elegendő vásárlót mozgósítson
- a termék átment a belső (vállalati) és külső (fogyasztói mintacsoportokon) végzett teszteléseken

Egyetlen felelős vállalat sem kockáztatja a szervezeti hátterét, a munkásainak megélhetését, a hírnevét vagy a piaci részesedését olyan cél betöltése érdekében, amelyre a piacának egyszerűen nincs is szüksége!

Ez alól mindössze egyetlen kivétel van, amikor annyira új a termék, hogy egy új szükség-kategóriát hoz létre, és nem csak a terméket, de a szükségét is a cég teremti meg a piacán.

Egyszóval ha valami új dologba akarunk kezdeni – vagy döntenünk kell egy régóta végzett tevékenység további fenntartásáról – akkor az első lépés, hogy felmérjük, valóban van-e rá szükség.

Ennek a módja a lehet reprezentatív mintavétel – általában kérdőívek vagy közvetlen tesztelés formájában.

Fordítsunk le ezt megint a gyülekezet életére nézve.

Jómagam több gyülekezettel is végeztem kérdőívezést a közvetlen lakókörnyezetben élőkkel, ami abból állt, hogy akár egy héten keresztül is kérdőíveket töltöttünk ki azzal kapcsolatban, hogy milyen jellegű szolgáltatásokat fogadnának el egy helyi gyülekezettől.

A 2. MELLÉKLETBE becsatoltam egy ilyen kérdőívet, amit mi is használtunk – nyugodtan át is lehet írni, akár konkrét választási lehetőségeket is felkínálva. A mi kérdőíveinken ilyen kérdések voltak (csak néhány példaként):

Ön szerint milyen a hívő emberek élete a nem hívőkéhez képest?

- jobb
- ugyanolyan
- rosszabb

Ön mit hiányol a mai keresztyén emberek / egyházak életéből (több válasz is lehetséges)?

- a hitelességet
 - a nyitottságot, befogadást
 - a haladást a korral
 - a világ mindennapos életében való részvételt
 - a konkrét lelki segítséget a szükségben lévők felé
 - a konkrét fizikai/anyagi segítséget a szükségben lévők felé
- más egyebet:

Ön mit vár a keresztyén emberektől / egyházaktól (több válasz is lehetséges):

- azt, hogy felismerhetőek legyenek
 - azt, hogy úgy éljenek, ahogyan beszélnek
 - szeretetet
 - útmutatást
 - konkrét segítséget
 - hogy meghallgassák és beszélgessenek önnel Istenről
 - imádságot
 - példamutatást
- más egyebet:

Egy másik módja a tesztelésnek és a „piackutatásnak” egy mintaalkalom megtartása, és annak a részletes kielemezése. Ha egy gyülekezet gondolkodik például ifjúsági istentisztelet bevezetésén, akkor meg kell hirdetni egyetlen alkalmat – és minden padon kint hagyni egy pár kérdéses kiértékelő lapot, olyan kérdésekkel, hogy mennyire tetszett, szeretné-e, hogy rendszeresen legyenek ilyen alkalmak, stb. stb. A visszajelzések feldolgozása segíthet átlátni, hogy valóban van-e igénye ebben az esetben a gyülekezetnek egy más liturgiájú és stílusú istentiszteleti alkalomra, vagy ez még csak egy kiforratlan vezetői álom.

Ha egy komolyabb evangélizációt szervezünk, és olyan előadót akarunk meghívni, akivel nincsen személyes tapasztalatunk, érdemes előbb egy ifjúsági alkalomra vagy vasárnapi igehirdetésre felkérni, és akkor nem fog meglepetés érni bennünket akkor sem, amikor már nem csak a gyülekezet tagjai, hanem azok nem hívő ismerősei, rokonai, barátai ülnek majd a padokban.

És még egy példa, amit én is rendszeresen gyakoroltam szolgálatom során: érdemes időnként megkérdezni a gyülekezet tagjait, milyen témákról szeretnének tanításokat, prédikációkat hallani az istentiszteleteken vagy bibliaórákon. Ez is „piackutatás” a maga nemében. Sok esetben jelentősen megnöveli a látogatottságot az, ha a látogatók tudják, hogy olyan témáról lesz szó, ami személyesen őket is érdekli vagy érinti. De hogy mik ezek a témák, azt tőlük kell

megtudnunk. Ehhez ki lehet tenni egy dobozt a kijárat mellé, vagy létre lehet hozni egy fórumot a gyülekezeti honlapon – a lényeg, hogy hirdessük, mondjuk el, miért fontos ez, és bátorítsuk a gyülekezetünk tagjait, hogy merjék megfogalmazni a kérdéseiket és leírni a szükségüket.

2. A projekt reális és megvalósítható

A komolyabb üzleti és civil szférában egy tervezett projekt megvalósításáról csak akkor döntenek érdemben és felelősen, ha egy megvalósíthatósági tanulmány készül róla. A külső szemlélő szemében – főképp keresztény körökben, ahol talán még nem sok ilyesmi született – ez felesleges túlbonyolítása lenne az amúgy is leterhelő feladatainknak, azonban hosszú távon is fenntartani kívánt, jelentősebb emberi- vagy anyagi forrásokat lekötő projekteknel nagyon is hasznos segítséget jelenthet a tervezésben. Ez tudatosság és felelősség kérdése – és az erre való „ránevelés” fontos célkitűzése ennek a kiadványnak is.

Térjünk tehát vissza a „megvalósíthatósági tanulmány” elkészítéséhez. Erre vonatkozóan számos kidolgozott módszertan létezik. Az alábbiakban általánosan foglaljuk össze a tanulmány készítésének lépéseit, a tanulmány célját és legfontosabb elemeit.

A megvalósíthatósági tanulmány elkészítésének **célja**, hogy megfelelő információt nyújtson a döntéshozók számára ahhoz, hogy azok megalapozott döntést tudjanak hozni a további finanszírozásra és megvalósításra javasolt projekt elfogadásáról, módosításáról, illetve elvetéséről. Voltaképpen egy gyülekezet vagy szervezet vezetőségének ez egy fontos feladata lenne, és csak olyan célokat, konkrét terveket lenne szabad a gyülekezet elé hozniuk, amelyeket megfelelő módon előkészítettek. Újra el kell mondanom, hogy ez Isten munkájának az emberi oldala, a saját felelősségünk és szerepünk komolyan vételét jelzi.

A megvalósíthatósági tanulmány **feladata** a kiválasztott projekt megalapozottságának és életképességének vizsgálata. A tanulmány elkészítésének **eredménye** a javasolt projekt *relevanciájának, megvalósíthatóságának és fenntarthatóságának* értékelése. Vagyis nem vágunk bele „ész nélkül” semmiféle vízió, „látás”, prófécia, kijelentés, ötlet megvalósításába, ha az a gyülekezet jelentős részét, életét és forrásait érinti, hanem becsületesen, Bibliával a kezünkben, imádságos szívvel – de megfelelő józansággal, ahogy egy ismert keresztény szerző