

# PROIECTUL – INFO GENERALE

## **Definirea proiectului**

PROIECTUL este o idee de îmbunătățire a unei stări.

PROIECTUL este o investiție de resurse, desfășurată pe o perioadă dată, cu scopul realizării unui obiectiv sau a unui set de obiective.

PROIECTUL este un document care descrie problema și modul de rezolvare, justifică necesitatea investiției, evaluează resursele necesare punerii în aplicare a soluției (timp, resurse financiare, materiale, umane, etc.) și ..... convinge asupra eficacității și eficienței investiției.

## **Principii fundamentale.**

Orice proiect, indiferent căruia domeniu i se adresează, trebuie să fie fidel unor principii generale:

**Principiul angajamentului.** Solicitantul trebuie să fie conștient că proiectul odată lansat, se transformă dintr-un vis - un deziderat, într-un angajament privind implicarea sa responsabilă pentru realizarea în fapt a proiectului.

**Principiul succesului pre-definit.** Solicitantul trebuie să se asigure înainte de lansare de șansa proiectului de a fi un succes. Simpla existență a unei idei generoase nu este suficientă pentru succes.

**Principiul eficienței/ consistenței interne/ interdependenței.** Proiectul propus trebuie să se încadreze într-un sistem, eventual într-un ansamblu de acțiuni care să urmărească un obiectiv.

O idee singulară, un proiect neintegrat nu are șanse de succes. Realizări în pași mărunți, dar coerenți și legați logic, pot conduce la succes mai sigur decât mari salturi revoluționare.

**Principiul strategiei.** Tocmai de aceea solicitantul trebuie să aibă obiectivele generale bine conturate în cadrul unor strategii. Proiectul poate reprezenta un „pas” dintr-o strategie.

**Principiul controlului.** Orice activitate legată de proiect trebuie să fie supusă controlului (și autocontrolului). Cererea de finanțare conține mai multe chei de control, pe care cei ce elaborează proiectul trebuie să le cunoască pentru a le putea corela. Echipa de proiect (cei care vor fi responsabili pentru derularea proiectului), trebuie implicată în elaborarea proiectului, pentru a autoevalua capacitatea de realizare (derulare) a proiectului. Controlul derulării proiectului pentru încadrarea în termenele și, respectiv, în consumurile de resurse revine atât echipei de proiect (autocontrol), cât și autorității contractante (finanțatoare).

**Principiul canalului unic de comunicare.** Canalul unic de comunicare este un principiu managerial, deci și un principiu al managementului de proiect. Managerul echipei de proiect este sursa principală de informații atât în intrări cât și în ieșiri.

**Principiul mediului de lucru stimulat.** Orice proiect se dezvoltă într-un anumit mediu, care poate fi favorabil sau nefavorabil proiectului, făcând managementul proiectului mai lesnicios sau, dimpotrivă, mai dificil. Un proiect poate avea succes cu atât mai mult cu cât și mediul îi este favorabil și chiar stimulat.

## **Ideea de proiect precede căutarea sursei de finanțare.**

Foarte adesea cei care vor să primească o finanțare nerambursabilă fac greșeala de a căuta mai întâi sursa de finanțare și abia apoi caută o idee de proiect.

Cu alte cuvinte, solicitantul pune problema greșit, în ordinea:

- există o linie de finanțare deschisă?
- ce proiect ar trebui să depun ca să obțin banii?

Ideea de proiect trebuie întotdeauna să precedă căutarea unei surse de finanțare; deci solicitantul ar trebui să gândească în ordinea:

- care ar fi nevoile organizației, sau ale grupului țintă?
- care este cea mai bună soluție pentru rezolvarea problemelor, împlinirea acestor nevoi?
- cum/ de unde aș putea obține finanțare pentru a pune în aplicare soluția aceasta?

Numai dacă punem problema în acest fel proiectul este coerent, încadrat într-un ansamblu, într-un sistem și relevant pentru ținta propusă.

### 3. FUNDAMENTELE PE CARE SE CONSTRUIESC PROIECTELE - MISIUNEA, VIZIUNEA, VALORILE ȘI STRATEGIA ORGANIZAȚIEI

Cu ce începe un proiect?

Înainte de orice, cu **un punct de referință** – cine suntem, **o viziune** - unde vrem să ajungem, ca organizație, instituție sau companie și cu stabilirea cadrului în care proiectul se va integra.

Acest cadru este **strategia de dezvoltare**, planul strategic al organizației.

Multe organizații înfruntă schimbările pe care le poate aduce viitorul nepregătite. Într-un mediu economic și competițional aflat în permanentă schimbare, cheia succesului o reprezintă claritatea gândirii strategice a unei organizații. Este esențial pentru o organizație (instituție sau companie) să înțeleagă tipul activităților pe care le desfășoară și locul pe care vrea să îl ocupe la un anumit moment viitor (planificarea strategică), dar și modul în care poate atinge aceste scopuri, și care reprezintă responsabilitatea planificării operaționale și a luării de decizii.

Strategia este menită să descrie imaginea pe care o organizație dorește să o aibă în viitor și este orientată către ceea ce vrea să facă organizația, iar nu către cum vrea să acționeze.

Planificarea strategică reprezintă un proces rațional care poate (și ar trebui) să fie utilizat de managerii din toate tipurile de organizații.

Atunci când încep procesul de planificare strategică, managerii trebuie să stabilească fundamentul pe baza cărora se vor desfășura celelalte procese manageriale. Principala temelie o constituie stabilirea **viziunii**, a direcției pe care se va orienta organizația.

Obiectivele finale ale organizației trebuie exprimate în mod clar și cuprinse într-o declarație a **misiunii** organizației, care trebuie să țină cont atât de **valorile** conducerii, cât și de nevoile angajaților, beneficiarilor (clienților sau consumatorilor).

Primul pas al procesului de planificare strategică îl reprezintă identificarea și generarea misiunii organizației. Identitatea unei organizații este mai importantă decât un plan strategic, deoarece o strategie eficientă depinde de atașamentul față de forțele esențiale care izvorăsc din identitate.

Declararea misiunii ar trebui să reprezinte viziunea pe termen lung asupra a ceea ce încearcă organizația să devină, asupra segmentului social/ de piață căruia dorește să i se adreseze și asupra nevoilor pe care încearcă să le satisfacă. Ea are rolul de a focaliza energiile, de a conferi un sentiment al orientării, sensului și țelului, este o sursă de putere legitimă în situațiile dificile, împiedică irosirea resurselor în activități care nu au legătură cu rațiunea de a exista a organizației și acționează pentru fiecare membru al

organizației - în măsura în care este internalizată - ca o instanță care indică valorile și principiile în virtutea cărora dorește să acționeze în orice situație.

O declarație a misiunii este eficace dacă este realizabilă, instructivă, precisă, dacă reflectă valorile și cultura organizației și dacă este orientată spre beneficiari (clienți).

Iată în continuare câteva întrebări utile în demersul de întocmire a declarației de misiune:

- Care este scopul nostru esențial, rațiunea noastră de a exista?
- Ce reprezentăm? De ce existăm?
- În ce constă valoarea noastră, care sunt competențele noastre unice?
- Care sunt valorile noastre?
- Care sunt cele mai importante lucruri pentru organizația noastră?
- Care este semnificația a ceea ce facem?
- Cum putem să ne aducem contribuția?
- Ce vrem să fim și să facem (peste 5-10 ani, de exemplu)?

Misiunea, viziunea, valorile și planul strategic reprezintă nu numai fundamentul pe care se poate dezvolta proiectul ci și elemente importante legate de ceea ce se numește **eligibilitate**, pe care finanțatorul le evaluează în procesul de luare a deciziei pentru acordarea sau nu a finanțării solicitate. Pentru că, pentru a obține o finanțare, o organizație trebuie să fie în primul rând eligibilă.

Condițiile de eligibilitate se găsesc în Termenii de referință. În general aceștia se referă la:

- Obiectul de activitate al solicitantului
- Vechimea organizației – data de înființare a acesteia
- Experiența în domeniul pe care îl propune proiectul.
- Experiența anterioară privind managementul proiectelor de finanțare
- Capacitatea echipei de management al proiectului de a asigura finalizarea cu succes a proiectului
- Capacitatea organizației : dotări, resurse umane, etc.
- Situația financiară a organizației (ca o garanție că organizația poate să suporte contribuția financiară proprie la proiect).

În cazul în care organizația nu are experiență în managementul proiectelor de finanțare sau în domeniul specific al proiectului, programele acceptă, în general, parteneri. Existența a unui sau chiar doi-trei parteneri în cadrul unui proiect este adesea bine punctată, dar partenerii trebuie să aibă un aport clar, o integrare bine justificată. Este indicat ca partenerii să fi fost în perioada precedentă în relații de colaborare cu solicitantul și, eventual relația stabilită prin proiect să continue și după încheierea proiectului.