

PARTENERIATUL SOCIAL CU PARTICIPAREA IMM-URILOR ÎN REPUBLICA MOLDOVA

*Natalia VINOGRADOVA, dr. în ec., IEFS
Alexandra NOVAC, master, IEFS*

The effective interaction between business, non-profit organizations and public authorities to solve major social problems is possible within the social partnership. This article examines the extent and the main directions of the participation of small and medium-sized enterprises (SME) in the social partnership in the Republic of Moldova.

Pe lângă sensul tradițional al conceptului de parteneriat social, considerat ca un dialog între angajatori și organizațiile sindicale (bipartit), implicând uneori și autoritățile publice (tripartit) cu scopul de a reglementa relațiile de muncă la întreprinderi, există și o altă abordare, și anume a unui „parteneriat social de tip nou” [1].

Noul parteneriat social reprezintă oameni și organizații, constituind dintr-o combinare a organelor administrației publice, întreprinderi și reprezentanți ai societății civile, care se angajează într-o relație voluntară, reciproc avantajoasă, inovatoare pentru a aborda obiectivele comune societale prin combinarea resurselor și competențelor lor. În prezentul articol, este utilizată această abordare a conceptului „parteneriat social”.

Pot fi evidențiate câteva puncte de vedere principale în ceea ce privește conceptul de parteneriat social:

– Partenerii pot fi implicați în elaborarea politicilor, dezvoltarea strategiei, precum și punerea în aplicare a strategiei. Se pare că există dovezi care sugerează că partenerii sunt mai strâns implicați în ultimele două opțiuni.

– Majoritatea dovezilor disponibile sugerează faptul că partenerii sunt în mare măsură implicați în politici referitoare la economie, ocuparea forței de muncă și formare profesională [2].

– În ultimii ani, în Europa valoarea noilor parteneriate sociale a fost recunoscută ca un mecanism eficient pentru: (i) finanțarea și furnizarea de programe; (ii) furnizarea de informații în elaborarea politicilor.

– Marea majoritate a parteneriatului social de tip nou există la nivel local: la nivel regional sau de provincie; la nivel de oraș mare sau oraș mic; districte și cartiere.

Se remarcă 6 principii de bază pe care se bazează noul parteneriat social [2]:

1. **Scopurile societății.** Participanții se reunesc în mod specific pentru a obține beneficii sociale, prin acțiuni comune. Aceste beneficii sunt, în primul rând, beneficiile pentru persoanele și grupurile care sunt dezavantajate din punct de vedere economic, social și politic, și astfel sunt excluse de la participarea în cadrul societății. Acest lucru se realizează în parte prin permiterea partenerilor individuali să urmărească propriile interese, care pot include interesele comerciale directe sau indirecte ale companiilor participante, precum și a intereselor altor parteneri.

2. **Inovare.** Parteneriatul urmărește să exploreze noi abordări pentru rezolvarea problemelor sociale, economice și a oportunităților. Acestea, de multe ori, provoacă modele tradiționale de interacțiune între diferiți actori, chiar și în situațiile în care un model cunoscut este replicat sau extins.

3. **Multiconstituent.** Participanții fac parte din următoarele organisme: publice de nivel local, național, european sau internațional; entități din sectorul privat, asociații de afaceri, precum și societatea civilă, variind de la inițiativele comunității locale la uniuni sindicale, instituții academice și organizații neguvernamentale naționale și internaționale.

4. **Voluntariat.** Participarea în cadrul parteneriatului social este voluntară, în sensul că aceasta se bazează pe decizia fiecărui partener de a se angaja. Unii parteneri ar putea fi presați să adere la Parteneriat din motive de gestionare a riscurilor, evitarea conflictelor, decât din motivarea proprie de a participa.

5. **Avantajul reciproc și de investiții comune.** Există o contribuție de resurse și riscuri sau costuri asociate (financiare, umane, politice sau sociale) din partea fiecărui partener.

6. **Efect sinergetic.** Participanții încearcă să realizeze mai mult decât suma părților lor individuale prin crearea efectului de sinergie în baza componentelor cheie ale parteneriatului – context, scop, participanți, organizare și rezultate.

Noul parteneriat social încearcă să creeze un mecanism prin care să obțină rezultate benefice într-un mod mai eficient decât prin intermediul participanților care acționează individual.

Noile parteneriate sociale se întâlnesc în toată Europa, la fiecare nivel al societății, acoperind o varietate largă de aspecte și parteneri.

În Moldova „noul” tip de parteneriat social cu participarea întreprinderilor mici și mijlocii (IMM) nu este pe larg răspândit. Despre aceasta ne vorbesc rezultatele sondajului cu antreprenorii, efectuat în lunile mai-iunie 2012, în cadrul proiectului aplicativ de cercetare, etapa a. 2012 “Evaluarea posibilităților și formelor preferențiale de parteneriat social între IMM și organele administrației publice, dezvoltarea responsabilității sociale a întreprinderilor” (IEFS). O mare parte dintre antreprenorii intervievați preferă să pună în aplicare inițiativele sociale singuri (de multe ori – doar la nivel de întreprindere).

La realizarea inițiativelor sociale în parteneriat cu alte instituții/persoane au participat 39,1% din respondenți, în timp ce 17,3% dintre respondenți au participat, atât independent cât și în comun.

Parteneriatul social cu participarea IMM-urilor se realizează în diferite domenii. Potrivit cercetării, IMM-urile din Moldova în cadrul parteneriatului soluționează relativ mai des întrebările privind ameliorarea mediului înconjurător și arată inițiative, orientate asupra consumatorilor, altor parteneri ai întreprinderii.

Spre exemplu, 80% din numărul antreprenorilor chestionați, membri ai parteneriatelor sociale, participă la așa acțiuni, ca amenajarea teritoriului din apropiere; 75% asigură consumatorii și partenerii de afaceri cu informații corecte și complete privind activitatea întreprinderii; 72% din antreprenori organizează permanent consultanță, dialog cu clienții, consumatorii, alți parteneri. Mulți antreprenori pun în aplicare inițiative sociale în folosul și cu sprijinul angajaților întreprinderii. Astfel, 76% din antreprenori, participanți ai parteneriatelor sociale, asigură condiții de muncă favorabile și sigure; 61% eliminarea oricăror forme de discriminare în procesul de angajare și la locul de muncă. Relativ mai puțini antreprenori încearcă să rezolve problemele economice și sociale din raion. De exemplu, 60% antreprenori-membri ai parteneriatelor sociale, au participat la realizarea inițiativelor economice și sociale ale autorităților publice locale și raionale; 52% au asigurat asistență materială/financiară pentru categoriile vulnerabile de cetățeni; 44% au participat la evenimente culturale și sportive.

Partenerii întreprinderilor mici și mijlocii moldovenești privind punerea în aplicare a inițiativelor sociale sunt:

§ Organele administrației publice locale (44,9% din antreprenorii respondenți au colaborat cu ele);

§ Angajații întreprinderii (34,6%);

§ Alte întreprinderi, asociații de afaceri (25,7%);

§ Organizații non-guvernamentale (22,1%);

§ Organele administrației publice centrale (13,2%);
 § Organizații sindicale (6,6%) (figura 1).

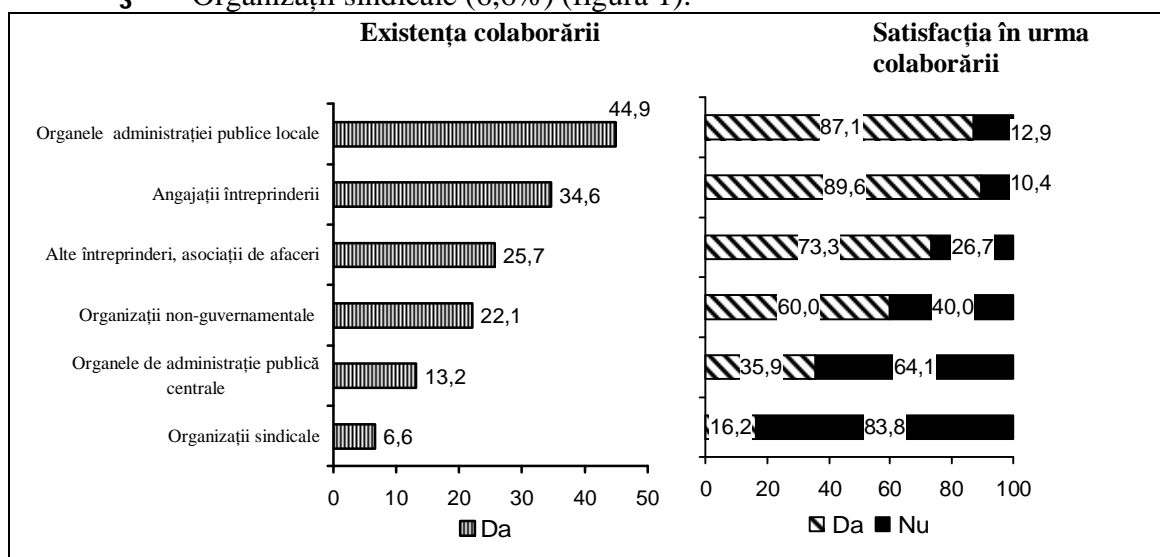


Fig. 1: Partenerii sociali ai întreprinderilor și nivelul de satisfacție în urma colaborării cu aceștia, % respondenți

Mai des antreprenorii au fost mulțumiți de la cooperarea cu organele administrației publice locale, angajații întreprinderii și alte întreprinderi sau asociații de afaceri. Și invers, potrivit respondenților, un nivel mai mic de satisfacție l-a adus cooperarea cu organizațiile sindicale (figura 1), pentru că în cazuri rare în cadrul IMM-urilor există organizații sindicale, iar dacă sunt prezente, rolul acestora este infim. De asemenea, un nivel redus de satisfacție l-a avut cooperarea cu organele administrației publice centrale, dat fiind faptul că parteneriatul social, prin definiție, se dezvoltă la nivel local.

Concluzii

Noul tip de parteneriat social este destinat să soluționeze problemele sociale mai mult la nivel local prin contribuția diverselor resurse ale partenerilor pentru a exercita o viziune comună cu obiective clar definite. Membrii săi pot fi întreprinderi, organe ale administrației publice, reprezentanți ai societății civile.

În Moldova întreprinderile mici și mijlocii nu participă pe larg în parteneriatul social, preferând să pună în aplicare inițiativele sociale (deseori destul de modeste, doar la nivel de întreprindere) în mod independent. Printre activitățile mai des răspândite, realizate de întreprinderi în cadrul parteneriatului, pot fi numite: amenajarea teritoriului, asigurarea condițiilor de muncă favorabile și sigure în comun cu angajații întreprinderii ș.a.

În parteneriatul social, cei mai frecvenți parteneri ai IMM-urilor moldovenești sunt: organele administrației publice locale și angajații întreprinderii; de asemenea, antreprenorii sunt mai mulțumiți de colaborarea cu aceștia.

Referințe bibliografice

1. NELSON, J.; ZADEK, S. Partnership Alchemy: New Social Partnerships in Europe. Copenhagen: The Copenhagen Centre, 2000. – 84 p. ISBN: 87-987643-1-4
2. PARTNERSHIP Working: Models and Experiences of Social Partnership in Devolved Regions of Europe. Edinburgh: Crown Copyright, 2004. – 22 p. [Accesat: 30.08.2012]. Disponibil: <http://www.scotland.gov.uk/Resource/Doc/25954/0028682.pdf>
3. EVALUAREA posibilităților și formelor preferențiale de parteneriat social între IMM și organele administrației publice, dezvoltarea responsabilității sociale a întreprinderilor// Proiect aplicativ de cercetare (Director – dr. Aculai E.), IEFS, 2012.