

Sectorul privat nu cunoaște necesitățile oamenilor săraci



autor: Tatiana MARCU, ECO



Sectorul privat nu poate cunoaște necesitățile oamenilor săraci și nici nu este capabil să depășească toate obstacolele întâlnite în afaceri cu implicarea oamenilor săraci, se arată în raportul „Valori pentru toți: Strategii de afaceri pentru implicarea oamenilor săraci”, lansat joi, 10 iulie curent, de către Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare (PNUD).

Co-autorul Raportului, Christina Gradl, a declarat că „acest raport oferă companiilor strategii și mecanisme necesare pentru a-și extinde mai mult practicile tradiționale în afaceri și implicarea oamenilor săraci în calitate de parteneri în asigurarea bunăstării”.

Potrivit ei, există toate posibilitățile pentru atragerea mai multor modele de afaceri în baza principiului incluziunii sociale, precum și extinderea în viitor a piețelor incluzive și asigurarea bunăstării. „În practica mondială cel mai mare număr de oameni săraci este antrenat în agricultură și industria alimentară. Vrem să demonstrăm că administrarea businessului cu oameni săraci este posibilă și trebuie implementată. Asupra raportului cu această temă am muncit pe parcursul a doi ani. Documentul se bazează pe multiple exemple concrete. Din 4 mii de modele-business au fost selectate 50 dintre cele mai eficiente exemple de activitate a companiilor în țările dezvoltate și în curs de dezvoltare”, a menționat co-autoarea raportului.

Prezent la lansarea raportului, directorul Direcției Principale Politică Comercială a Ministerului Economiei și Comerțului, Octavian Calmâc, a menționat că „oameni săraci există în toate țările, îndeosebi acest fapt se evidențiază în localitățile rurale. Potrivit statisticii, peste 4% din populația Moldovei trăiește sub pragul sărăciei. Sunt convins că strategiile și instrumentele, expuse în raport, pentru extinderea businessului și atragerea populației sărace în calitate de parteneri ar putea fi implementate și în țara noastră”.

La rândul său, Aliona Niculița, însărcinată cu afaceri din cadrul PNUD-Moldova, a spus că „în R. Moldova locuiesc, la moment, foarte mulți oameni săraci. Chiar dacă oamenii săraci au potențial în ceea ce privește consumul, producerea, inovația, activitate antreprenorială, acesta nu poate fi valorificat. Cu cât mai mulți oameni săraci vor fi implicați, integrați în diverse „modele de afaceri”, cu atât succesul companiilor va contribui, de asemenea, la realizarea Obiectivelor de Dezvoltare a Mileniului”.

Potrivit ei, acest program încearcă să susțină financiar cele mai vulnerabile familii din Moldova pentru ca acestea să lanseze afaceri. Deja au fost lansate unele afaceri prospere în satul Cărpineni, în orașele Soroca și Călărași. Cel mai des întâlnite exemple de afaceri sunt fermele, serele pentru creșterea legumelor, crescătoriile de iepuri, serviciile de xerocopii, producerea mobilei.

Niculița a menționat că planul strategic al acestui raport va ajuta în căutarea unor soluții pentru problemele comune.

Probleme de piață

Christina Gradl susține că există oportunități pentru colaborare între companiile private și oamenii săraci pentru crearea valorilor pentru toți. Însă, aceste oportunități devin complicate din cauza celor cinci probleme de piață răspândite în sate și cartierele din orașe unde locuiesc oamenii săraci. Astfel, problemele majore constau în faptul că:

- Companiile cunosc prea puțin despre cei săraci, preferințele, resursele, abilitățile acestora etc.

- Regulile și contactele nu sunt aplicate. Oamenii și întreprinderile nu au acces la sistemul juridic. Cadrul de reglementare nu este favorabil pentru afaceri.
- Lipsa infrastructurii de transport și a rețelelor de apă, electricitate, a infrastructurii sanitare și de telecomunicații.
- Oamenii săraci nu dispun de cunoștințe sau abilități pentru a beneficia de un produs sau serviciu, sau să participe în lanțul de aprovizionare.
- Oamenii nu au acces la credite, asigurări, economii și servicii de tranzacții bancare.

Totodată, raportul „Valori pentru toți” menționează cinci strategii care au fost realizate cu succes de companiile private pentru depășirea celor mai frecvente obstacole în afaceri cu implicarea oamenilor săraci:

- Evitarea constrângerilor prin adaptarea tehnologică sau restructurarea procesului de afaceri.
- Eliminarea constrângerilor de piață prin investiții proprii, sporirea valorilor private și valorificarea celor sociale.
- Explorarea punctelor forte ale oamenilor săraci prin angajarea lor în calitate de intermediari și valorificarea rețelelor sociale, o companie poate spori accesul, încrederea și responsabilitatea.
- Colaborarea cu oameni de afaceri cu „aceași mentalitate”, organizații non-profit sau cu reprezentanți ai serviciului public;
- angajament în dialogul politic cu autoritățile.

Acest raport se bazează pe 50 de studii de caz din țări dezvoltate și în curs de dezvoltare. Studiile demonstrează succesul dintre rentabilitate și impactul social în funcționarea companiilor locale și a celor internaționale, atât a celor mici cât și a celor medii. De asemenea, și pentru organizațiile corporative.
