

EXPUNERE DE MOTIVE

Lege pentru modificarea și completarea Legii nr. 76/2002 privind sistemul asigurărilor pentru șomaj și stimularea ocupării forței de muncă

1. Descrierea situației actuale

Piața muncii este într-o continuă schimbare și adaptare, iar pandemia Covid-19 a avut un impact major. Deși comunică în spațiul public cifre aparent pozitive, Agenția Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă (ANOFM) nu are imaginea completă a ofertei/nevoii de forță de muncă dar mai ales a cererii de muncă pentru că nu toți cei care ar fi în situația de a-și căuta un loc de muncă/de a-și schimba locul de muncă apelează, din diferite considerente, la serviciile agenției de stat. Chiar dintre cei care apelează la serviciile acesteia, mulți se limitează la încasarea indemnizației de șomaj și nu privesc cu încredere capacitatea Agenției de a face toate eforturile pentru găsirea unui loc de muncă potrivit. Găsirea unui loc de muncă potrivit contează pentru stabilitatea persoanei la respectiva slujbă astfel că eforturile de profilare, pregătire, obținere loc de muncă necesită o disponibilitate de timp sporită și chiar o abilitate specifică celor antrenați să atingă acest obiectiv al angajării unei persoane (client).

ANOFM raportează anual în jur de 220.000 – 250.000 de șomeri. Cifra indică o cunoaștere insuficientă a situației naționale, o serie de persoane, necontactând ANOFM, nu intră în statisticile acesteia. Pe de altă parte, Institutul Național de Statistică are o metodologie proprie prin care raportează rata șomajului, una care reflectă sondarea opiniei publice nu reflectarea, obiectivă, a situației reale. În România există o reală nevoie de a se cunoaște numărul persoanelor aflate în căutarea unui loc de muncă respectiv de a le oferi acestor oameni tot sprijinul, unul profesionist, dovedit eficient, pentru a lucra în locul potrivit de muncă.

Astăzi, ANOFM, prin evoluția tipului și a calității serviciilor oferite, nu (mai) adresează nevoile celor cu un anumit nivel de pregătire, datele arătând că Agenția mai degrabă deservește persoane cu un nivel de pregătire mai redus/persoane care se încadrează, din diverse motive, cu mai mare dificultate. Persoane cu anumită pregătire (dobândită la absolvirea unei forme de învățământ sau după programe de formare/recalificare absolvite pe parcursul vieții profesionale) nu apelează la ANOFM, acestea neconsiderând ANOFM o instituție cu adevărat conectată la specificul nevoilor/cerințelor lor. Mai direct, neavând o reputație la nivelul persoanelor cu un nivel mai crescut de pregătire/aflate în reorientare profesională după ce și-au consolidat pregătirea, ANOFM nu vine în întâmpinarea acestei categorii de persoane, nu se relaționează la aceasta, nu are în evidență o bună parte din potențiale persoane interesate.

Studiul profilului solicitantului de loc de muncă de la ANOFM indică o predispoziție a agenției de a lucra cu persoane cu o pregătire precară/medie. Agenția nu are, instituțional, contact cu persoanele active, cu cele cu studii, aflate la maturitate profesională și care ar dori să se reorienteze profesional/caută un alt loc de muncă. Această completă lipsă de expertiză pentru a furniza servicii specifice acestei categorii de persoane cuplată cu lipsa de încredere în ANOFM ca actor specializat și competitiv în servicii de consiliere pentru un loc de muncă conduce, natural, la concluzia necesității atragerii de expertiză din piața liberă. De altfel, există deja instituții în România care colaborează foarte bine cu furnizori privați de servicii – de exemplu Inspectoratul General pentru Imigrări.

Constatând că ANOFM nu (mai) prezintă astăzi încredere că reușește să ofere toate serviciile necesare inclusiv să identifice cea mai potrivită ofertă de muncă pentru categorii diverse de potențiali beneficiari ai serviciilor sale, mai ales pentru categorii reprezentând beneficiari clienți care au un nivel de pregătire mediu/ridicat, oricâte mici eforturi interne ar întreprinde, la cât de repede se mișcă piața muncii, ANOFM nu mai poate recupera (în formula actuală) lipsa de credibilitate pentru ca cei care au nevoie de servicii.

Afirmația de mai sus pleacă și de la constatarea că majoritatea românilor caută soluții (mai ales la schimbarea locului de muncă) prin cunoștințe, recomandări sau prin agenții private

de plasare a forței de muncă. Multe dintre ele sunt și convingătoare nu doar pe baza reputației (bazate și pe campanii de promovare) ci prin prisma rezultatelor obținute. Dacă nu ar fi așa, numărul persoanelor în căutarea unui (alt) loc de muncă care apelează la ANOFM ar fi mai mare.

Obiectivul României trebuie să rămână acela de a încuraja angajarea astfel că o soluție de reformă cu efecte vizibile pe termen scurt este sprijinirea unor colaborări eficiente cu actori cu reputație și expertiză din mediul privat. ANOFM va păstra rolul de coordonator al politicilor publice vizând pregătirea și angajarea dar își va adapta instrumentele de lucru la profilul pieței (clienților), schimbând modul de operare pentru a atinge obiectivele esențiale pentru România: creșterea numărului de angajați (de contribuabili), persoane care să lucreze în locuri de muncă potrivite pentru pregătirea și aspirațiilor lor.

Statul trebuie într-adevăr să încurajeze angajarea persoanelor. O societate în care oamenii sunt implicați activ în cadrul unui loc de muncă este o societate funcțională, eficientă pe termen scurt dar și mediu și lung. Consecințele, la nivelul creșterii numărului de contribuabili cu repercusiuni pozitive și asupra bugetului de pensii pentru pensionarii în plată, sunt evidente dar dincolo de aceste statistici, o populație activă formează o societate aptă să participe la marile procese de dezvoltare.

Având în vedere acest scop declarat, atingerea obiectivului - o evidență mai clară a numărului de persoane interesate să muncească și o susținere mai eficientă a statului pentru a se munci în România - este cea care contează și, de aceea, metoda este importantă. Statul nu oferă performanță în **prestarea serviciului de asistență și consiliere pentru identificarea unui loc de muncă** și, de aceea, implicarea firmelor de specialitate poate face diferența. Prin proiect, se propune **eficientizarea mecanismului de contractare de servicii din piața liberă pe care să o facă AJOFMurile, cu obligația de a apela la acest serviciu când rata șomajului a depășit 2% la nivel județean.**

O serie de țări au făcut deja pasul de a lucra/a încheia parteneriate cu actori privați profesioniști, unele de peste 10 ani. În Marea Britanie, de exemplu, agenția publică a intrat

din 2011 într-un parteneriat activ cu entitățile private, inclusiv cu ONGurile pentru sprijinirea angajării șomerilor, mai ales a celor de lungă durată. Aceste entități pot subcontracta servicii în acest sens. De asemenea, și în Germania există modelul voucherului individual oferit persoanei aflate în căutarea unui loc de muncă pe care îl poate folosi la furnizori privați de servicii specializate acreditați, urmând ca acel furnizor să îl poată deconta la agenția publică de ocupare.

2. Schimbări preconizate

Deși este prevăzut deja în legea nr. 76/2002 faptul că AJOFM/ANOFM poate colabora cu furnizori privați de servicii specializate pentru stimularea angajării în muncă, în realitate acest lucru nu se întâmplă. De aceea, propunem obligația AJOFM de a încheia contracte cu furnizori privați atunci când rata șomajului dintr-un județ este mai mare de 2%, cu scopul asumat de a sprijini mai activ integrarea persoanelor interesate pe piața muncii.

În al doilea rând, propunem acordarea unui stimulent pentru persoanele care doresc să își găsească un loc de muncă cu ajutorul furnizorilor privați – un cupon distribuit de către AJOFM având valoarea de 30% din valoarea salariului minim brut. Acest cupon va fi decontat de către furnizorul de servicii private atunci când respectiva persoană a fost angajată.

3. Impactul socio-economic al modificărilor

Modificările propuse au rolul de a spori încrederea în instituția de ocupare a forței de muncă din România prin implicarea și colaborarea directă cu furnizorii privați de servicii specializate. Ocuparea forței de muncă trebuie să constituie o prioritate a statului român întrucât creșterea numărului de angajați înseamnă, pe lângă beneficiile directe pentru persoanele respective, și creșterea nivelului veniturilor la bugetul de stat (din taxele și contribuțiile aferente) venituri cu ajutorul cărora statul poate acoperi cheltuielile publice necesare și poate derula investiții în folosul cetățenilor.

4. Impactul financiar asupra bugetului general consolidat

Impactul financiar estimat este de aproximativ 2 milioane lei/an – estimăm în primul an un număr de aprox. 2000 de persoane care vor folosi cuponul pentru ocuparea unui loc de muncă. De asemenea, pe măsură ce apar rezultate, estimăm o dublare a numărului persoanelor angajate în al doilea an urmând ca în anii următori să continue creșterea. Ca impact financiar de compensare, acest mecanism va conduce și la creșterea încasărilor la bugetul de stat prin taxele plătite ca urmare a ocupării locurilor de muncă.

5. Consultări efectuate în vederea elaborării prezentului act normativ

Au fost derulate consultări cu sindicate și patronate din diverse domenii de activitate precum cu furnizori privați de servicii specializate.

Având în vedere argumentele prezentate, supunem Parlamentului României spre dezbateră și adoptare prezenta propunere legislativă.

Inițiatori:

Ludovic Orban

Victoria-Violeta Alexandru

Claudiu-Martin Chira

Propunere legislativă

pentru MODIFICAREA ȘI COMPLETAREA LEGII NR. 76/2002, PRIVIND
ACTIVITĂȚILE DE ASIGURĂRI PIR. LOBIAJ ȘI VITIMULAREA OCU
FORȚEI DE TÂNUCĂ Tabel susținători

Nr. Crt.	Nume/Prenume	Grup parlamentar	Semnătura
	CONDVIC PRBAN	Forța de Tânuță	
	Violeta Alexandru	NEAFILIAT	
	CHIRA CLAUDIU	NEAFILIAT	
	MIULESCU ADRIAN	NEAFILIAT	
	Andrei Ionescu	— // —	
	DANCA IONEL	NEAFILIAT	
	RUSU DANIEL	— u —	
	NAGY VASILE	— // —	
	Stefan Icu	— a —	
	George Ionescu	— // —	
	SOUFIRALA CTIN	— u —	
	FLAIASU GABRIEL	— // —	
	BOGDAN BOZA	NEAFILIAT	
	ALEXANDRU KOESIS	NEAFILIAT	
	ADRIAN DROS	NEAFILIAT	