

## 6. Piețele produselor și ale factorilor

Vasta reformă politică care a afectat piețele agricole a început în 1997, cu acceptarea împrumutului pentru ajustarea sectorială a agriculturii (ASAL). În ciuda progresului considerabil realizat în mai mult de șase ani de reformă, fragilitatea reglementărilor pieței, în special riscul inerent și costurile ridicate, sunt din ce în ce mai evidente. Acestea reprezintă impedimente în calea apariției unor ferme și activități de agribusiness competitive și una din lecțiile experienței reformei este că reformele politice sunt în mod clar necesare, dar nu și suficiente pentru crearea unor piețe care să funcționeze bine. Acest capitol analizează progresul realizat în direcția creșterii competitivității piețelor agricole în ultimii ani și identifică provocările care apar pe măsură ce reformele trecute câștigă teren și presiunile competiției asociate aderării la UE cresc.

Capitolul de față trece în revistă funcționarea piețelor de produse și inputuri agricole, precum și starea sistemului financiar rural, ca principali furnizori de servicii agricole de bază. Piața financiară este discutată în detaliu în **Capitolul 4** (în special **Secțiunea 4.5**). Forța de muncă în agricultură este discutată în diferite contexte în alte părți ale acestui studiu (ex., **Capitolele 1 și 4**).

### 6.1. Activitatea de marketing în agricultură

Creșterea razei de acțiune și a eficienței piețelor produselor și inputurilor agricole este vitală pentru dezvoltarea fermelor în România. Această problemă este examinată în detaliu prin discutarea structurii și performanței în cadrul comercializării producției și inputurilor la cinci grupe de produse principale: produse lactate, cereale, oleaginoase, carne de porc și carne de pasăre. Aceste produse reprezintă aproximativ 45% din PIB în agricultură și ele au fost puternic afectate de reformele comerțului și prețurilor din 1997. Pentru a permite evaluarea acestor sisteme de marketing ale produselor într-un cadru comun, caracteristicile lor cheie sunt comparate în **Tabelul 6.1**.

#### 6.1.1. Comerțul agricol: presiuni și oportunități

Toate produsele analizate sunt afectate, în diferite grade, de comerțul internațional. Presiunea din partea concurenților internaționali și regionali a crescut considerabil în ultimii cinci ani. Există importuri masive de produse lactate, carne de porc și carne de pasăre. Importurile de produse lactate sunt totuși mai mici, reprezentând mai puțin de 1% din oferta internă. Presiunea exercitată de importuri a fost în special puternică pentru carnea de porc și carnea de pasăre. Oleaginoasele, în special floarea-soarelui, sunt foarte profitabile și sunt exportate în mod constant. Cerealele (grâu, porumb) reprezintă în mod tipic exporturi nete, cu excepția anilor de secetă severă. UE și CEFTA sunt principalii parteneri comerciali, împreună reprezentând mai mult de jumătate din cerealele exportate (47% din cereale au fost exportate în UE și 11% în CEFTA) în anul 2003. Dintre oleaginoasele exportate, 64% au fost livrate acestor două blocuri comerciale (60% în UE și 4% în CEFTA) și 17% în Turcia (acord comercial liber bilateral).

**Tabelul 6.1. Caracteristicile activităților de marketing în cazul principalelor produse agricole**

	<b>Lactate</b>	<b>Cereale</b>	<b>Oleaginoase</b>	<b>Carne de porc</b>	<b>Carne de pasăre</b>
Orientarea comerțului din 1997	<i>Importator net</i> constant de cantități relativ mici	<i>Exportator net</i> de cantități substanțiale, cu importuri nete ocazionale din motive de secetă	<i>Exportator net</i> constant de cantități mari	<i>Importator net</i> constant de cantități mari	<i>Importator net</i> constant de cantități mari
Parteneri comerciali principali	UE, CEFTA	UE, CEFTA	UE, CEFTA, Turcia	UE, CEFTA	SUA, UE, Ungaria
Comercializare vs. subzistență	Produse în special în gospodării. Jumătate din lapte consumat în cadrul gospodăriei; un sfert comercializat direct către consumatori pe piețele țărănești; restul livrat unităților de procesare; orașele mari sunt aprovizionate de unitățile mari comerciale	Gospodăriile agricole consumă cea mai mare parte din producție și numai o mică parte (mai puțin de 1/3) ajunge pe piețele comerciale; asociațiile private vând aproximativ 2/3 din producție, în timp ce marile ferme private (fostele IAS) vând cea mai mare parte a producției pe baze comerciale (80%)	Produsul comercial provine din ce în ce mai mult de la marile ferme private; puternică competiție între procesatori; predomină vânzările în numerar; piețe bune de desfacere chiar pentru micii operatori	Produsă mai ales în cadrul gospodăriilor, care cumpără câțiva porci pentru îngrășat. Jumătate din carnea de porc traversează filiera comercială de marketing, restul fiind consumată pe plan local sau în cadrul gospodăriilor populației	Zece societăți comerciale private aprovizionează trei sferturi din piața formală pentru carnea de pasăre; producție substanțială pe scară mică pentru consumul propriu al gospodăriei
Provocări și oportunități în comercializarea producției	Echipamentele de depozitare la rece și colectare sunt puternic limitate; deficiențe privind igiena, este necesar echipament de testare; costul transportului/drumului și accesul pe orice vreme este o problemă; micii procesatori au început să apară din anul 1999, deservind orașele mai mici; marile unități privatizate și cele nou apărute ca rezultat al ISD deservesc orașele mai mari; creșterea ponderii vânzărilor prin supermarketuri	Competiție mare între depozite (în număr de aproximativ 70). Securitatea și calitatea depozitării este deficitară; morarii cumpără doar de la marii producători; majoritatea micilor producători depozitează producția la fermă cu mari pierderi sau vând recolta întreprinderilor de depozitare locale; unii producători mai mari dezvoltă capacitatea de depozitare la fermă pentru a reduce expunerea la costuri de depozitare mari; nu este încă bine pus la punct sistemul certificatelor de depozit	Procesarea este concentrată în trei fabrici principale; îmbutelierea complet integrată cu zdrobirea semințelor; producția de furaje pentru animale este din ce în ce mai mult controlată de marii producători de animale; foarte puține informații privind piața, lipsa vânzărilor pe piețele la termen; cheltuieli mari cu depozitarea și transportul; mari unități prelucrătoare de ulei cu tehnologie învechită funcționează sub capacitate; datorii mari și recuperare lentă a datorii; nu este încă bine pus la punct sistemul certificatelor de depozit	Restructurarea procesatorilor este încă într-o fază inițială; o capacitate semnificativă subutilizată; unii dintre marii producători realizează o performanță tehnică bună; doar 14 unități satisfac în prezent standardele UE (din 117 care vor funcționa în 2007); calitate slabă a inputurilor: calitate slabă din punct de vedere genetic a animalelor de prăsilă, furaje de calitate inferioară și sănătatea animalelor mai puțin bună; forță de muncă relativ necalificată și fără instruire	Mulți producători integrați au propriul lor echipament de producere a furajelor combinate; calitate slabă a inputurilor: nivel scăzut al materialului genetic, calitate scăzută a furajelor; lipsa calificării și instruirii lucrătorilor din unitățile de prelucrare; doar 10 unități de prelucrare satisfac standardele UE (din cele 19 care vor funcționa în anul 2007)
Constrângeri ale dezvoltării sistemului de marketing	Informații insuficiente privind comercializarea, gradarea/standardele și cadrul de siguranță a alimentelor și echipamentul necesar; drumuri proaste; lipsa de aprovizionare cu apă curată (afectează procesatorii); instituții de marketing în cadrul sectorului slab dezvoltate; rolul guvernului în asigurarea bunurilor publice nu este pe deplin înțeles; bariere în calea unei intermediere financiare rurale îmbunătățite și în domeniul risk managementului				

În anul 2003, principalele importuri agroalimentare au fost cerealele (în prima jumătate a anului, datorită secetei severe din anul 2002). CEFTA și UE au reprezentat sursele principale (37% și, respectiv, 25%).

Carnea se situează pe al doilea loc în ceea ce privește importurile; în anul 2003, importurile de carne proveneau din UE (42%) și CEFTA (30%), iar 15% din SUA. În ceea ce privește importurile, se așteaptă ca presiunea competitivă din partea producătorilor din statele membre UE și CEFTA să continue și posibil chiar să crească înainte și după aderare. Producătorii interni vor pierde teren în fața importatorilor, dacă ei nu vor fi capabili să îmbunătățească calitatea și sistemul de ambalare a produselor lor. Acest lucru necesită creșterea investițiilor private și a transferului de tehnologie, care trebuie suplimentată de acțiunea publică, incluzând în special investiții în bunuri publice, care fac să scadă costurile de comercializare și nesiguranța. Aceste lucruri sunt discutate mai detaliat în continuare.

### ***6.1.2. Stabilirea prețurilor, calitatea, gradele și standardele***

Calitatea îmbunătățită a produselor și adoptarea standardelor de gradare compatibile cu cele din UE sunt cruciale pentru competitivitatea produselor importabile și vor asista expansiunea pe piețe cu valoare mai mare pentru produsele exportabile. În ceea ce privește produsele lactate, principala provocare este capacitatea producătorilor interni de a adera la standardele UE privind igiena la laptele materie primă și produsele prelucrate. Micii producători trebuie să facă față unei mari provocări în această privință. Pentru produsul carne de porc, competitivitatea este subminată de absența sistemului de clasificare SEUROPE pentru carcase și porcii în viu. Oleaginoasele au diferențe mici de preț sau nici o diferență pentru calitate sau grad, ceea ce reduce câștigurile fermierilor și exportatorilor.

În ceea ce privește gradarea cerealelor, au fost luate măsuri legislative semnificative, dar mai sunt multe de făcut pentru implementarea sistemului. În anul 2002 s-a înființat sistemul național de gradare, iar operațiunile de gradare urmau să înceapă la 1 iunie 2003. A fost înființată Comisia Națională de Gradare și aprobată lista gradatorilor. Gradarea va deveni obligatorie pentru acei operatori care doresc să utilizeze certificate de depozit. Sistemul de certificate de depozit totuși nu a devenit operațional, datorită inexistenței unui fond de garantare. Bugetul de stat nu a asigurat bani pentru acest fond și nici proprietarii facilităților de depozitare nu doresc să contribuie la crearea acestui fond.

Gradarea cerealelor este strâns legată de operațiunile de depozitare, deoarece se face doar la punctul de recepție al depozitului. Fermierii și comercianții care nu dețin facilități proprii de depozitare par să beneficieze cel mai mult de pe urma acestui sistem; totuși trebuie depășite obstacolele în calea utilizării sistemului. Taxa mare de gradare reprezintă unul din obstacole și faptul că nu orice proprietar de depozit dorește să transfere o sumă fixă pe tona de cereale primită către Comisia Națională, chiar dacă acest transfer reprezintă un procent din taxa plătită de proprietarii cerealelor.

Principala problemă a comercianților de cereale (menționată în principal de marii comercianți internaționali, cum ar fi Cargill, Continental Grain și Dreyfuss, în cadrul interviurilor) este cadrul legislativ (în special privind certificatele de depozit și gradarea), excesul de burocrație, instabilitatea pieței favorizată de mediul politic nesigur, precum și calitatea producției (prețurile

obținute de comercianții de cereale pentru grâul românesc exportat sunt mai scăzute decât prețurile internaționale, datorită diferențelor de calitate). Unii dintre investitorii locali consideră că principalele probleme ale depozitării cerealelor sunt datoriile imense și lipsa de capital pentru efectuarea de îmbunătățiri de ordin tehnic<sup>40</sup>.

Noua structură de proprietate privată în sectorul de depozitare a cerealelor nu este încă pe deplin stabilă, iar finanțarea achiziționării și depozitării este încă limitată. Sistemul curent de comerț cu cereale este încă riscant și nesigur pentru actorii implicați, datorită fluctuației sezoniere mari a prețurilor și prețurilor scăzute plătite producătorilor agricoli, care nu reprezintă stimulente reale pentru obținerea unor recolte mai mari și de mai bună calitate.

### **6.1.3. Comercializarea, fermele mici în comparație cu fermele mari, raza de acțiune a pieței**

O trăsătură comună a tuturor sistemelor de produse analizate în **Tabelul 6.1** este structura duală a producției agricole, care este divizată între numeroase exploatații individuale foarte mici și câteva ferme mari. Acest lucru reprezintă o provocare pentru integrarea acestor ferme numeroase foarte mici în sistemul de marketing, deoarece accesul la sistemul de marketing are tendința să fie limitat la unitățile mari de producție, de la care achiziționarea de produse este mai puțin costisitoare, datorită economiei de scară. Situația variază în funcție de produs. Pentru carnea de porc și de pasăre, multe din unitățile mari au optat pentru integrarea verticală. Unele unități încorporează producția primară și activități de procesare a furajelor pentru animale, în afară de reproducere, îngrășare, abatorizare și procesare. Pentru carnea de pasăre, piața este dominată de zece societăți comerciale private, care aprovizionează trei sferturi din piața formală. Micile ferme comerciale de creștere a porcilor se zbat să facă față situației și, deși multe gospodării cumpără un porc sau mai mulți porci pentru îngrășat, un sector comercial de mărime medie (50–200 de scroafe pe fermă) nu s-a dezvoltat încă în mod semnificativ (vezi **Tabelul 6.2**)

Micile gospodării individuale predomină în cadrul sectorului de creștere a porcilor și păsărilor. Din totalul exploatațiilor agricole de creștere a porcilor, 99,91% sunt exploatații (gospodării) individuale, care dețin 84,75% din numărul total de porcine. Unitățile cu personalitate juridică (deși reprezintă 0,09%) cresc 15,25% din numărul total de porcine. Există doar 73 de unități mari de creștere a porcilor (cu peste 500 de capete fiecare), toate înregistrate, care dețin 13,34% din numărul total de porcine. În sectorul avicol, doar 67 de exploatații înregistrate juridic, cu mai mult de 50.000 de capete, cresc 25% din numărul total de păsări. Pe de altă parte, există 3,3 milioane de mici exploatații individuale cu mai puțin de 100 de capete, care cresc în total 57,5 milioane de păsări (70% din numărul total al păsărilor) (vezi **Tabelele 6.2 și 6.3**).

Marile ferme predomină în sectorul cerealelor și oleaginoaselor, reprezentând 30% și, respectiv, 60% din producție. Pentru cereale, principalele piețe de desfacere sunt un număr relativ mic de morari recunoscuți, care se aprovizionează doar de la marile ferme. Pentru a ocoli monopolul local, unii fermieri și-au dezvoltat propriul sistem de morărit. Procesarea florii-soarelui este, de asemenea, puternic concentrată, trei fabrici principale prelucrând 70% din semințe în 2001-2002.

---

<sup>40</sup> Sursă: *Regoverning markets project*, studiu de caz, România.

Deși volumul produsului care intră pe piața oleaginoaselor provine din ce în ce mai mult de la marii operatori, aceștia totuși trebuie să facă față competiției din partea unităților mai mici.

**Tabelul 6.2. Exploatații cu vaci de lapte și porci, pe categorii de mărime și statut juridic al exploatației**

Statutul juridic al exploatațiilor agricole	Categorii de mărime (capete de animale)								
	1-2	3-5	6-9	10-19	20-49	50-99	100-499	500 și peste	TOTAL
	<b>Numărul de exploatații care cresc vaci de lapte</b>								
Exploatații individuale	1.131.261	41.494	3.970	1.920	478	52	5	0	1.179.180
Exploatații cu personalitate juridică	472	314	162	233	213	96	125	6	1.621
	<b>Numărul de vaci de lapte</b>								
Exploatații individuale	1.326.181	140.739	27.394	24.324	12.594	3.121	678	0	1.535.031
Exploatații cu personalitate juridică	710	1.195	1.173	3.196	6.554	6.726	25.119	3.361	48.034
	<b>Numărul de exploatații care cresc porci</b>								
Exploatații individuale	1.901.033	655.518	87.434	2.088	671	120	15	0	2.646.879
Exploatații cu personalitate juridică	330	444	785	309	231	95	88	73	2.355
	<b>Numărul de porci</b>								
Exploatații individuale	2.607.962	2.770.793	1.368.918	132.960	82.203	29.585	7.705	0	7.000.126
Exploatații cu personalitate juridică	513	2.392	18.799	21.933	30.916	25.979	56.912	1.102.110	1.259.554

Sursa: INS, *Recensământul general agricol, Numărul de animale* (volumul 3), 2004.

86

**Tabelul 6.3. Exploatații care cresc păsări, pe categorii de mărime și statut juridic al exploatației**

Statutul juridic al exploatațiilor agricole	Categorii de mărime (capete)									
	1-99	100-499	500-999	1.000-2.999	3.000-4.999	5.000-9.999	10.000-49.999	50.000-99.999	100.000 și peste	TOTAL
	<b>Numărul de exploatații care cresc păsări</b>									
Exploatații individuale	3.337.072	13.907	150	74	9	7	1	0	0	3.351.220
Exploatații cu personalitate juridică	879	171	34	49	22	28	72	18	49	1.322
	<b>Numărul de păsări</b>									
Exploatații individuale	57.522.840	1.845.841	91.850	113.781	30.650	42.926	10.250	0	0	59.658.138
Exploatații cu personalitate juridică	26.738	34.040	23.587	89.646	83.690	207.897	1.793.362	1.250.738	19.239.216	22.748.914

Sursa: INS, *Recensământul general agricol, Numărul de animale* (volumul 3), 2004.

În ceea ce privește cerealele, există puține posibilități de depozitare a producției la fermă, la costuri scăzute: majoritatea fermierilor fie depozitează producția la fermă cu pierderi mari, fie vând grâul și porumbul la unitățile de depozitare locale, la prețurile scăzute din perioada de recoltare. Închirierea sezonieră a unor spații de depozitare aflate în afara fermei este încă dificilă datorită insecurității contractelor și taxelor mari de depozitare. Unii producători mai mari își dezvoltă capacități de depozitare la fermă, pentru a reduce expunerea la monopolurile depozitelor locale.

Laptele reprezintă o excepție interesantă. Cea mai mare parte a producției de lapte (97%) provine din gospodăriile țărănilor, iar cea mai mare parte a producției comerciale destinată marilor orașe provine din unitățile mari, recent privatizate.

Din totalul fermelor de vaci de lapte, 99,86% sunt exploatații individuale; 95,84% dețin 1–2 capete vaci și doar 284 de gospodării au mai mult de 50 de vaci. Există doar 6 exploatații (cu personalitate juridică) care au peste 500 de vaci fiecare. Din totalul vacilor de lapte, 83,82% se găsesc în exploatațiile cu 1–2 vaci.

Totuși peste 20% din producția țărănească este livrată procesatorilor locali, în special pentru consumatorii din orașele de mărime mică și mijlocie și pentru zona rurală. Instalațiile de răcire sunt deficitare. Numărul de întreprinderi mici prelucrătoare a scăzut din anul 1999 (de la 909 în 1999 la 725 în 2002), iar acestea va trebui să facă față standardelor mai stricte de igienă asociate aderării la UE. În gospodăria medie, laptele reprezintă o jumătate din valoarea totală a vânzărilor agricole. Laptele este astfel sursa extrem de importantă de bani în numerar pentru gospodăriile agricole și o forță potențială pentru reducerea sărăciei.

Lipsa accesului la piețe reprezintă una dintre barierele cu care sunt confrunțați micii fermieri care încearcă să-și dezvolte activitatea. Barierele includ, de asemenea, funcționarea defectuoasă a piețelor funciare, lipsa de finanțe pentru investiții și deficitul de informații privind piața. Câțiva mici producători de vaci de lapte și porci încă încearcă să se comaseze, în ciuda condițiilor nefavorabile. Fermele de dimensiune medie care apar în subsectorul oleaginoaselor reprezintă cel mai bun exemplu de ferme viabile de mărime medie.

La toate produsele analizate, avem o imagine a sectorului de producție pe scară mică, semi-comercială, care luptă să supraviețuiască cu lipsa competiției în ceea ce privește funcțiile de achiziționare și prelucrare. O noutate care ar putea să contribuie la creșterea integrării pe piață a micilor fermieri este utilizarea grupărilor de marketing (asociații sau cooperative) pentru a realiza economia de scară în activitatea de marketing.

#### ***6.1.4. Accelerarea dezvoltării în sectorul comerțului cu amănuntul***

Sectorul cu amănuntul a fost cel mai rapid sector din economie în ceea ce privește restructurarea și privatizarea. Unitățile private de vânzare cu amănuntul nou apărute au fost, în majoritatea lor, chioșcuri sau mici magazine, datorită lipsei de capital și de localuri, ca și datorită structurilor de proprietate și proceselor de privatizare neclare. Chiar și în aceste condiții, numărul de unități cu amănuntul s-a triplat până în 1994 în comparație cu 1990 și deja 77% din numărul total de unități cu amănuntul erau în proprietate privată, în timp ce numărul de magazine publice și cooperatiste a scăzut cu o treime fiecare. Magazinele alimentare mixte

s-au privatizat ultimele (1992-1994), datorită legislației neclare, ca și costurilor mari. Inflația ridicată din acea perioadă (indicele prețurilor la consumator - IPC = 356% în 1993 față de anul anterior) a condus la costuri foarte mari ale creditului. Prin urmare, la jumătatea anilor '90, am putut asista la dezvoltarea micilor magazine privatizate sub formă de mici supermarketuri independente, și nu la apariția unor lanțuri de magazine cu amănuntul cu capital intern, așa cum a fost cazul în alte țări din Europa Centrală și de Răsărit. Acestea au fost bazele pentru primele investiții străine în supermarketurile mai mari.

La jumătatea anilor '90, supermarketurile locale independente în format mic au apărut în marile orașe (multe dintre ele cu investiții străine). Primele supermarketuri moderne au apărut în București în anul 1994 și au fost societăți mixte cu capital străin. Foarte puține au fost capabile să se dezvolte ca lanțuri locale și să rămână pe piață, rezistând competiției majore a lanțurilor internaționale de magazine cu amănuntul în ultimii cinci ani.

În anul 1996, lanțul internațional Metro a deschis primul "cash and carry". Până la sfârșitul anilor '90 (când declinul economic a luat sfârșit și întreg cadrul legislativ a început să se clarifice și să devină atractiv pentru investițiile străine directe), alte lanțuri internaționale au investit în România și au deschis supermarketuri, cash and carry, magazine cu prețuri reduse și hypermarketuri. În același timp, numărul magazinelor a început să evolueze în sens invers: după explozia numărului de magazine la începutul anilor 1990, a început un proces de concentrare: în anul 2002, numărul total de magazine reprezenta doar două treimi din numărul magazinelor din 1994. Procesul a putut fi observat cu ușurință: oriunde apărea un supermarket, majoritatea micilor magazine specializate din apropiere se închideau după câteva luni. Totuși, acest proces a avut loc doar în orașele foarte mari; în orașele mai mici, ca și în zona rurală, au apărut foarte puține supermarketuri, iar cea mai mare parte a comerțului se desfășoară în micile magazine specializate.

Piețele agroalimentare locale vând mai ales fructe și legume, dar și alte produse alimentare, precum și produse nealimentare ieftine, de calitate inferioară. Aceste piețe locale nu par să fie afectate de apariția supermarketurilor din apropiere. Dimpotrivă, majoritatea au beneficiat recent de investiții de la bugetele autorităților locale; ca urmare, ele s-au îmbunătățit în mod considerabil în privința prezentării produselor, prospețimii produselor și curățeniei. Pe de altă parte, ele reprezintă o oportunitate ca micii fermieri să-și poată vinde produsele proaspete. În prezent, absența cooperativelor de marketing și/sau a piețelor angro pentru fructe și legume face ca acești mici fermieri (care realizează cea mai mare parte a producției de aceste produse la nivel național) să poată comercializa doar mici cantități fiecare, nu de aceeași calitate și, prin urmare, supermarketurile refuză să lucreze cu ei.

După standardele occidentale, piața de vânzare cu amănuntul din România este subdezvoltată. Totuși, ca a doua piață ca mărime din Europa de Răsărit (după Polonia), are un potențial imens și, în consecință, a atras pe detailiștii internaționali, chiar dacă puterea de cumpărare este scăzută în comparație cu alte țări din Europa Centrală și de Răsărit.

Când examinăm primele cinci companii din sistemul de supermarketuri din România, la prima vedere lucrurile par la fel ca în celelalte țări din Europa Centrală și de Răsărit: există multe companii străine care dețin supremația pe terenul de joc. Totuși situația este fundamental diferită de piețele din Ungaria sau Republica Cehă, de exemplu, unde comercianții cu amănuntul occidentali au un comportament agresiv în afaceri: în România, există doar un

singur supermarket cu o cotă a pieței din două cifre (grupul Metro). Cu alte cuvinte, deoarece România continuă să fie mai puțin dezvoltată din punct de vedere economic decât alte piețe din Europa Centrală și de Răsărit, majoritatea supermarketurilor străine au început să-și asigure câteva amplasamente, dar se află încă în așteptare. Deoarece lanțurile de supermarketuri și hypermarketuri care deja au intrat în România au avut succes (de ex., Carrefour a anunțat investiții mari în 2005-2006), iar alte lanțuri internaționale au deschis noi facilități în 2004 și începutul anului 2005, câțiva alți noi investitori străini au anunțat că intenționează să intre pe piața românească. Prin urmare, situația se schimbă foarte rapid. Motive suplimentare ar putea fi stabilizarea mediului macroeconomic și data apropiată a aderării la UE. Trebuie remarcat faptul că situația de aici este foarte similară cu cea din Bulgaria.

**Tabelul 6.4. Primele cinci supermarketuri în comerțul cu amănuntul pe piața românească, 2003**

Companie	Nr. magazine	Suprafață vânzări [m <sup>2</sup> ]	Suprafață medie vânzări [m <sup>2</sup> ]	Vânzări cu amănuntul excepționale 2003 [milioane USD]	Cota pieței [%]
Metro	23	100.400	4.365	1.026	16,7
Rewe	21	76.000	3.619	435	7,1
Carrefour	2	18.900	9.450	145	2,4
Delhaize Group	15	11.700	780	59	1
Louis Delhaize	13	25.600	1.969	44	0,7
Total Top 5	74	232.600		1.709	27,7
Altele				4.452	72,3
<b>Total</b>				<b>6.161</b>	<b>100,0</b>

Sursa: [www.planetretail.com](http://www.planetretail.com).

Există puțini actori interni activi pe piața românească, dar, la fel ca în cazul unor largi părți din Europa Centrală și de Răsărit, tonul în comerțul cu amănuntul este dat în mod clar de companiile vest-europene. Concentrarea pieței produselor alimentare în România este destul de scăzută, chiar și după standardele Europei Centrale și de Răsărit, și, similar cu situația din Bulgaria, Grupul Metro din Germania este singurul actor de pe piață cu o cotă a pieței din două cifre, în timp ce primele 5 companii de supermarketuri cu 74 de magazine dețin împreună doar 27,7% din cota pieței. Deși comerțul cu amănuntul modern este încă într-o etapă de început în România, cererea este în creștere, iar consumatorii devin din ce în ce mai educați.

Volumul vânzărilor cu amănuntul s-a dublat în zece ani (1993-2002), indicând o tendință de creștere mai abruptă în primii ani ai tranziției, apoi o creștere mai lentă după 1998, pentru a reveni din nou la o creștere mai accelerată după anul 2000. Specialiști din cadrul sectorului au estimat piața totală a comerțului cu amănuntul la 7-8 miliarde euro în 2002, din care aproximativ 1-2 miliarde euro sunt reprezentate de forme moderne de comerț (hypermarketuri, supermarketuri, magazine cu preț redus, cash & carry etc). Volumul comerțului cu amănuntul pe locuitor a crescut, de asemenea, în perioada de tranziție, de la 260 USD (în 1993) la 975 USD pe locuitor (în 2003). Vânzările cu amănuntul de produse alimentare în România reprezintă aproximativ 45% din vânzările totale cu amănuntul, ceea ce reprezintă o valoare destul de mare în comparație cu Europa Occidentală. Acest lucru se datorează în principal nivelului de trai relativ scăzut în Europa Centrală și de Est; în practică, acest lucru înseamnă pur și simplu că românii le rămân mai puțini bani de cheltuit decât locuitorilor din Europa Occidentală pentru produse nealimentare, cum ar fi articole electronice, haine sau pentru petrecerea timpului liber.

Un studiu recent indică faptul că cheltuielile populației în supermarketuri pentru bunuri de primă necesitate s-au dublat, de la 4% în 2000 la 8% în 2002; vânzările de alimente pe cap de locuitor în magazinele moderne s-a dublat în 2003 față de anul 2001, iar cheltuielile totale ale populației au crescut cu până la 17% în orașele cu peste 150.000 de locuitori<sup>41</sup>.

Competiția pe piața bunurilor alimentare a crescut în mod semnificativ în ultimii ani, mărcile românești începând să își găsească un loc pe piață după invazia produselor importate care a început în anul 1990. Astfel, împreună cu companiile multinaționale, câteva companii românești în creștere au început să își promoveze produsele în mod agresiv, câștigând cote pe piață din ce în ce mai mari (de exemplu, alimentele și băuturile de la European Drinks, compania alimentară Topway Industries, producătorul de ciocolată și dulciuri Excelent, producătorul de carne Cris Tim, producătorul de produse lactate La Dorna, mai multe mărci de ape minerale).

Principala agenție de investiții străine a României, ARIS, a spus că a revizuit prognoza privind volumul investițiilor străine directe pentru 2005 de la 2,6 miliarde la 3,1 miliarde euro, după ce a evaluat nivelurile din anii anteriori, prognozele băncii centrale și a introdus recent un impozit pe profit uniform de 16%. Conform ARIS, proiectele “greenfield” și “brownfield” vor asigura influxuri în valoare de 875 milioane euro în următorii doi ani. Investițiile străine directe pe 11 luni în anul 2004 au totalizat 2,15 miliarde euro, din care se estimează că aproximativ 8-10% sunt în comerțul cu amănuntul modern. Principalele lanțuri internaționale au anunțat investiții suplimentare în comerțul cu amănuntul modern, care vizează orașele cu peste 150.000 de locuitori.

Această dezvoltare explozivă a comerțului modern cu amănuntul impune provocări semnificative sectorului de producție agroalimentară, în special în cazul produselor în stare proaspătă și cu grad redus de prelucrare (fructe, legume, carne). Absența cooperativelor de marketing și a asociațiilor de producători, ca și nefuncționarea piețelor angro împiedică pătrunderea mării majorității a producătorilor agroalimentari din România (micilor exploatații individuale) în gama de furnizori ai comerțului modern cu amănuntul care se dezvoltă încontinuu. În anul 2007, se așteaptă ca România să adere la Uniunea Europeană; includerea sa în piața unică va însemna o competiție uriașă din partea producătorilor agricoli și angrosiștilor din UE, la care sectorul agroalimentar intern va trebui să facă față.

#### **6.1.5. Constrângeri în calea îmbunătățirii performanței sistemului de marketing**

Piețele cerealelor, oleaginoaselor și cărnii/laptelui în România se află într-o fază incipientă de adaptare la economia de piață. Chiar dacă reformele fundamentale sunt acum încheiate, sistemul privat de comercializare și depozitare mai are mult până să devină mai competitiv. În sectorul cerealelor/oleaginoaselor, mulți proprietari de depozite și-au dobândit abia recent bunurile patrimoniale, în general prin metoda MEBO, iar mecanismele de finanțare pentru achiziționarea culturilor de către comercianții și morarii privați nu sunt pe deplin funcționale. Totuși companiile comerciale internaționale au intrat deja pe piața cerealelor/oleaginoaselor și caută în mod activ oportunități, mai ales în comerțul exterior cu cereale.

Constrângerile specifice funcționării diferitelor piețe variază ca grad și ca tip de funcție de marketing afectată. Pe piețele cerealelor și oleaginoaselor, îndeosebi depozitarea și transportul

---

<sup>41</sup> PricewaterhouseCoopers 2003/2004, *Russia and Central & Eastern European Retail & Consumer Study*.

sunt activități costisitoare și riscante, ceea ce determină creșterea marjelor de comercializare și scăderea câștigurilor fermierilor. Informațiile privind piața sunt extrem de reduse, iar instrumentele de management al riscului, cum ar fi contractele la termen simple standardizate, sunt aproape inexistente. Pe piața laptelui și a produselor lactate, principalele limitări sunt lipsa echipamentului de colectare/răcire și a echipamentului de testare a igienei. Costurile ridicate ale transportului rutier și lipsa accesului pe vreme rea reprezintă, de asemenea, o limitare importantă. Pentru carnea de porc și de pasăre, există un număr de probleme comune privind comercializarea, incluzând, pe partea inputurilor, o calitate slabă a materialului genetic și o calitate slabă a furajelor. Activitățile de prelucrare sunt obstructionate de lipsa de pregătire și instruire a forței de muncă care lucrează în unitățile de procesare.

Un studiu recent al Băncii Mondiale confirmă principalele ipoteze conform cărora costurile de tranzacție și constrângerile legate de investiții reprezintă o problemă serioasă și există preferința din partea companiilor de a lucra cu furnizori mai puțini, mai mari și moderni. Totuși observațiile inițiale indică, de asemenea, o imagine amestecată a activității de contractare curente, cu un număr mult mai mare de ferme mici contractate decât s-ar prognoza pe baza argumentelor de mai sus.

Altă problemă-cheie este că noile filiere verticale care apar vor exclude o mare parte a fermierilor, în special pe micii fermieri. Studiul subliniază că există trei motive principale ale acestei stări de fapt. În primul rând, costurile de tranzacție favorizează marile ferme în cadrul filierelor ofertei. În al doilea rând, când sunt necesare anumite investiții pentru a face contract cu o întreprindere sau a o aproviziona, fermele mici adesea având constrângeri de ordin financiar pentru realizarea investițiilor necesare. În al treilea rând, micile ferme, de obicei, au nevoie de mai multă asistență din partea companiei pe unitate de produs.

Micii fermieri nu sunt excluși în totalitate de la filierele ofertei și multe companii majore încheie, de asemenea, contracte cu micii fermieri. Totuși programele mai sofisticate de asistență a furnizorilor tind să fie mai disponibile pentru fermele mai mari. Adesea, programele furnizorilor diferă, pentru a se plia caracteristicilor acestor ferme diferite. De exemplu, în studiile de caz privind susținerea investițiilor procesatorilor de lapte pentru fermele mai mari, se includ aranjamente de leasing pentru echipament agricol, iar programele de asistență pentru fermele mai mici includ investiții în unitățile de colectare cu microunități de refrigerare.

## **6.2. Furnizorii de inputuri agricole**

Până în 1996, canalele de distribuție ale inputurilor erau împărțite în două categorii. Distribuitorii predominanți erau integratori de stat, care includeau Comcereal (depozitarea cerealelor), Semrom (producția și distribuția semințelor), Agromec-urile (prestatori de servicii de mecanizare) și fabricile de procesare, în special pentru ulei și zahăr. Acești integratori livrau o gamă largă de materii prime, pe lângă inputuri agricole. Al doilea tip de distribuitori era de tip privat și includea asociațiile, societățile comerciale, precum și firmele comerciale specializate. Datorită competiției din partea integratorilor subvenționați de către stat, furnizorii privați de inputuri s-au dezvoltat foarte încet. În ciuda barierelor la intrare, furnizorii de inputuri privați care asigurau servicii de mecanizare, îngrășăminte chimice, semințe și medicamente de uz veterinar au avut o pondere semnificativă, dacă nu dominantă.

Începând cu anul 1997, principalii operatori de stat care produceau sau furnizau inputuri au fost treptat privatizați. Efortul de privatizare a cuprins Semrom, Agromec-urile, Comcereal, fabricile de zahăr și de ulei, serviciile județene de protecție a plantelor etc. În prezent, inputurile sunt distribuite în principal prin operatori privați. Acesta este cazul semințelor, îngrășămintelor, pesticidelor, medicamentelor de uz veterinar, serviciilor de mecanizare etc. Operatorii de stat mai funcționează încă în unele domenii, cum ar fi fabricile care își vând direct produsele fermierilor. Această categorie include Tractorul Brașov (tractoare) sau Oltchim (substanțe chimice).

Există astfel două canale principale prin care fermierii pot cumpăra inputuri agricole: direct de la producător sau prin intermediul dealerilor. Apariția rețelei de dealeri de inputuri a fost determinată de structura agrară destul de fragmentată din România. Acești agenți-dealeri încearcă să furnizeze o gamă completă de produse, același agent furnizând pesticide, semințe, stimulatori de creștere, medicamente de uz veterinar și îngrășăminte (acestea din urmă doar în cantități mici). Deși nu sunt disponibile cifre sigure, numărul de dealeri poate depăși câteva sute și este în general în creștere. Totuși, în special pe piețele semințelor și pesticidelor, cel mai mare volum de produse vândute provine de la un număr mic de producători, nu de la dealeri, și deci aceste piețe au încă puternice elemente de oligopol.

**Pe piața pesticidelor și a semințelor se dezvoltă o puternică competiție din partea companiilor străine.** În continuare sunt date câteva exemple.

- **Piața pesticidelor:** Numeroase întreprinderi producătoare internaționale își vând produsele pe piața românească, cea mai mare cotă a pieței (în 1999) aparținând firmelor Oltchim (19%), Dupont Zeneca, care vinde prin intermediul Aectra Agrochemicals (8,3%), și Novartis, care vinde prin intermediul Agroiinternational (6,6%). Alți furnizori internaționali de pesticide sunt Rhone-Poulenc (6,3%), Monsanto (5,7%), BASF (5,6%), Ecochem (3,1%) și Makhteshim Agan (3%). Totuși concernul Oltchim, proprietate de stat, are cea mai mare cotă a pieței, 19%. Firmele străine cel mai adesea își vând produsele prin dealeri și mai rar direct la producătorii agricoli. Un studiu de piață realizat în anul 2001 a indicat prezența a 300 dealeri de pesticide în România, dar numai șapte acoperă întregul teritoriu al țării<sup>42</sup>. În general, prezența crescută a firmelor internaționale pe piața pesticidelor a avut drept rezultat utilizarea de substanțe chimice cu spectru mai îngust și mai puțin toxice decât în trecut.
- **Piața semințelor:** Același studiu indică prezența a peste 230 de furnizori de semințe (unii dintre aceștia fiind și producători de semințe). Liderul absolut pe această piață este fosta întreprindere de stat (în prezent privatizată) Semrom, cu o cotă de peste 33%. Companiile străine distribuie în afara rețelei Semrom și includ Pioneer, Monsanto și Saaten Union. Acestea au o cotă a pieței mult mai mică. Deschiderea procedurilor interne de înregistrare a semințelor în anul 1997 a fost crucială pentru intrarea acestor companii străine pe piața românească.

**Companiile străine adesea cer prețuri mai mari pentru produsele lor pe piața românească decât în țara lor de origine sau în alte țări din Europa Centrală și de Răsărit.** Acest lucru se întâmplă nu numai datorită costurilor de transport și manipulare, ci și datorită faptului că

---

<sup>42</sup> Cei șapte dealeri sunt Alcedo, Aectra, Agroiinternational, Agrovvet, Brimex, Ecochem și Naturevo.

furnizorii de inputuri funcționează într-un mediu economic foarte nesigur aici în România. Doi factori importanți contribuie la existența unui grad de risc ridicat: resursele financiare nesigure și extrem de limitate ale fermierilor, care adesea implică plata în natură la momentul recoltării, și faptul că băncile nu doresc să lucreze în sectorul furnizorilor din agricultură. Din acest motiv, prețurile sunt mari, iar creditele pentru furnizori sunt scumpe.

Începând cu anul 1997, prețurile inputurilor au fost liberalizate împreună cu prețurile produselor agricole. Discriminările legate de preț între furnizorii de stat și furnizorii privați au dispărut, mulți furnizori de stat privatizându-se. **Privatizarea furnizorilor de inputuri a fost doar parțială** și mai există încă sectoare în care producția de inputuri este dominată de întreprinderile de stat, incluzând energia electrică și tractoarele. Aceasta este o parte a agendei neterminată a reformei politice. În ceea ce privește furnizarea de combustibili, există mai mulți furnizori (câteva companii străine sunt prezente pe piață). Una dintre probleme în ultimii ani a fost aceea că, în timp ce creditul de investiții pentru tractoare era încă susținut de unele scheme de subvenționare, tocmai tractoarele produse în țară au fost eligibile pentru aceste scheme.

### 6.3. Piețele financiare rurale

Îmbunătățirea intermedierei financiare în sectorul privat din zonele rurale are o importanță deosebită în transferul resurselor spre o agricultură și industrie alimentară mai competitive și pentru susținerea dezvoltării activităților neagricole viabile, care pot genera locuri de muncă pentru cei care părăsesc activitatea agricolă. Începând cu anul 1998, s-a înregistrat un oarecare progres în dezvoltarea serviciilor financiare care ajung la gospodăriile și întreprinderile rurale și asistăm la **o creștere modestă a furnizării de servicii rurale financiare (Tabelul 6.5)**. Îmbunătățirea cea mai pregnantă s-a înregistrat în asigurarea de credite pe termen scurt pentru fermieri, în special credit pentru furnizori și comercianți. O altă oportunitate pentru creșterea fluxurilor financiare pe termen scurt (de exemplu, creditul sezonier) pare să fie dezvoltarea unui sistem al certificatelor de depozit, care a înregistrat progrese cu multe ezitări. Creditul pe termen lung rămâne încă puternic limitat, puțini creditorii dorind să acorde împrumuturi pe mai mult de 18 luni și atunci doar pentru împrumutătorii cei mai mari și mai rentabili. Acest lucru este valabil, în ciuda îmbunătățirilor semnificative ale cadrului juridic și instituțional pentru acceptarea proprietății mobiliare ca garanție. Un domeniu de oportunități pentru finanțele pe termen lung care nu a fost exploatat în mod adecvat este închirierea de echipamente în sistem leasing, care se poate dezvolta mai rapid decât împrumutul bancar pe termen lung. Acest lucru necesită rezolvarea problemei constrângerilor de natură fiscală din cadrul funcționării companiilor de leasing.

**Tabelul 6.5. Creșterea ofertei de servicii financiare rurale, 1998-2002**

Tipul serviciului	Situația din 1998	Situația din 2002
Activitate bancară comercială privată	Majoritatea băncilor în proprietatea statului; rețea rurală extensivă pentru mobilizare de economii (nu credit)	Privatizare într-un stadiu avansat; băncile comerciale încep să acorde împrumuturi unităților agricole mai mari
Instituții financiare mutuale	Cooperativele de credit nereglementate și banca populară proliferază în mod rapid	Multe bănci populare au dat faliment și se află acum sub stricta supraveghere a băncii naționale
Microfinanțe	Piață foarte puțin dezvoltată	Creștere substanțială (vezi <b>Tabelul 6.6</b> )

Tipul serviciului	Situația din 1998	Situația din 2002
Piața informală/familie	Forma cea mai obișnuită pentru gospodării (pentru consum, nu pentru investiții)	Cel mai probabil neschimbată, dar fără vreo evidență clară
Certificate de depozit	Inexistente	Progres lent: cadrul legal există, dar sistemul este în mare măsură neimplementat
Leasing echipamente	Neprofitabil	Progres modest datorită constrângerilor fiscale
Credit pentru furnizorii de inputuri și comercianți	Marginal	Creștere rapidă de la un nivel scăzut
Managementul riscului în sectorul privat	Inexistent	Progres foarte lent în crearea bazei de piață pentru managementul riscului (asigurări – noua lege apărută în 2004, dar nu sunt asigurate fondurile bugetare necesare)
Contracte la termen	Inexistent	Tocmai a început să se dezvolte

**O abordare menită să faciliteze întărirea finanțelor rurale trebuie să aibă mai multe fațete:**

- Trebuie să ia în considerare o gamă largă de instituții financiare: bănci, companii de leasing, cooperative de credit și instituții microfinanciare. Băncile singure nu vor fi capabile (sau nu vor dori) să ofere antreprenorilor rurali setul complet de servicii financiare necesare.
- Trebuie să ia în considerare și aspecte legate de creditor (proceduri de simplificare și eficientizare, dezvoltarea de noi produse financiare, asistență pentru evaluarea și acoperirea riscului...), de împrumutător (creșterea accesului la piețe, creșterea productivității, pregătirea planului de afaceri, servicii de extensie...), de tranzacție în sine (analiza fluxului de numerar, noi forme de garantare, incluzând certificatele de depozit, securitizarea activelor) și de risc al ambelor părți (asigurări legate de vreme, de exemplu).
- Trebuie să se examineze cadrul legal, de reglementare și mediul fiscal (incluzând o nouă lege privind instituțiile microfinanciare, tratamentul fiscal aplicat pentru deprecierea fondurilor fixe care rămâne o problemă, în special pentru leasing).

### **6.3.1. Creditul bancar în sectorul rural**

Ca tendință generală, accesul băncilor la surse de finanțare pe termen lung a crescut în mod considerabil în ultimii ani, în parte datorită cumpărării unui număr de bănci de către bănci străine. Este adevărat totuși că acești proprietari străini probabil nu au avut în fruntea listei lor agricultura, atunci când au cumpărat băncile locale. Dar această creștere a lichidității pe termen lung ar trebui să faciliteze (sau cel puțin să înlăture) una dintre numeroasele bariere din calea creditului agricol pe termen lung.

Au fost adunate informații de bază legate de creditul agricol în cadrul unei anchete informale în patru bănci de stat și private (**Tabelul 6.6**). Băncile analizate reprezintă aproape 40% din totalul activelor bancare și 34% din totalul capitalului bancar pe acțiuni din România. BCR și Banc Post dețin împreună jumătate din rețeaua bancară, ceea ce le permite să acorde împrumuturi de mărime mică și medie pe întreg teritoriul țării.

Ponderea împrumuturilor pentru agricultură la aceste patru bănci principale este substanțial mai mare decât media națională a tuturor băncilor (**Tabelul 6.6**), iar rezultatele anchetei confirmă interesul scăzut al sistemului bancar comercial în acordarea de împrumuturi sectorului agricol. O excepție remarcabilă este RoBank, care s-a implicat în permanență în creditul agricol. Ponderea împrumuturilor agricole în portofoliul RoBank a depășit 25% în 2000 și 2001, în ciuda faptului că împrumuturile aveau termen foarte scurt și ratele dobânzii percepute de RoBank erau peste media pieței (50-60% în comparație cu 40-50% la celelalte bănci analizate).

Portofoliul mediu al împrumuturilor sectorului bancar este de 51% împrumuturi pe termen scurt, 37% împrumuturi pe termen mediu și doar 12% împrumuturi pe termen lung. Preferința clară este pentru acordarea de împrumuturi pe termen scurt în agricultură. O realizare pozitivă este aceea că băncile acceptă acum inventarul culturilor ca garanție. Acest lucru nu poate fi atribuit dezvoltării unui sistem de certificate de depozit, care rămâne foarte deficitar, dar indică într-adevăr condiții favorabile pentru implementarea unui asemenea sistem.

**Tabelul 6.6. Creditul agricol în bănci comerciale selecționate, 2000-2002**

	2000	2001	iunie 2002
<b>Banc Post</b> (miliarde lei)	2.878	4.483	5.705
Agricultură (%)	5,3	1,6	1,4
Credite în condițiile Legii nr. 165/98 (%)	2,7	5,2	n.a.
<b>Eximbank</b> (miliarde lei)	746	1.470	1.543
Agricultură (%)	n.a.	n.a.	6,4
Exporturi agroalimentare (%)	n.a.	n.a.	7,0
<b>RoBank</b> (miliarde lei)	3.452	7.328	6.442
Agricultură (%)	15,7	21,0	13,5
Sector agroalimentar (%)	11,0	6,8	2,3
<b>BCR</b> (miliarde lei)	22.502	35.476	45.250
Agricultură (%)	2,9	3,4	2,8
Sector privat (%)	1,9	2,7	2,7
Sector public (%)	1,0	0,7	0,1
Sector agroalimentar (%)	9,8	8,3	7,1
Sector privat (%)	9,6	8,2	7,1
Sector public (%)	0,2	0,1	0,0
<b>Bănci respondente</b>			
Total împrumuturi (miliarde lei)	28.832	48.757	58.940
Împrumuturi pentru agricultură (%)	14,0	13,6	9,8
<b>Sistem bancar național</b>			
Împrumuturi pentru sectorul privat (miliarde lei)	75.007	118.254	150.834
Împrumuturi pentru agricultură (%)	5,1	4,3	3,8

Sursa: FAO Rural Finance Task Force, 2002.

### **6.3.2. Cooperativele de credit**

Cooperativele de credit în România sunt asociații nonguvernamentale autonome, având drept principal obiectiv asigurarea de servicii bancare pentru membrii lor. O cooperativă de credit are cel puțin 100 de membri, iar capitalul său în acțiuni este alcătuit din acțiuni de valoare egală. Fiecare cooperativă funcționează într-o anumită zonă geografică, în cadrul unui județ. Până în prezent, rolul lor în finanțarea afacerilor rurale a fost practic egal cu zero.

Noua legislație privind înființarea “băncilor populare” organizate sub forma cooperativelor de credit a fost aprobată în 1996 (Legea nr. 109/1996). Această lege a avut o serie de deficiențe serioase:

- Au fost impuse cerințe de capital foarte scăzute pentru înființarea unei bănci populare.
- Procedurile de reglementare deficitare nu au cerut băncilor populare să respecte reglementările prudențiale ale băncilor comerciale.
- Utilizarea greșită a cuvântului “bancă” pentru cooperativele de credit le-a permis să angajeze într-o gamă largă de activități bancare, incluzând preluarea depozitelor și împrumuturi acordate nonmembrilor.
- Băncile populare nu au fost incluse în scheme de asigurare obligatorie a depozitelor.

Aceste bănci populare/cooperative de credit s-au extins rapid. Unele dintre ele au întreprins activități de creditare deosebit de riscante și au avut un comportament agresiv în atragerea de depozite. Cea mai proeminentă a fost “Banca Populară Română”, al cărei faliment a lăsat pe mulți depunători neasigurați fără economii, erodând în mod sever încrederea generală a publicului în instituțiile financiare. Legislația apărută ulterior, în 2000-2002, a încercat să se adreseze acestor probleme (Ordonanța de urgență nr. 97/2000, Legea nr. 200/2002). Astăzi, cooperativele de credit trebuie să satisfacă cerințe de reglementare mult mai stricte și ele se află sub supravegherea generală a Băncii Naționale a României. Doar una din aceste rețele, CREDITCOOP, a încheiat cu succes toate etapele procesului de licențiere.

O dată cu aplicarea noii legislații, numărul de cooperative de credit a scăzut în mod semnificativ, ori datorită nonlicențierii (datorită neconformării la noile reguli), ori datorită retragerii autorizației de funcționare (de ex., în perioada mai–decembrie 2004, Banca Națională a României a retras autorizația de funcționare la 430 de cooperative de credit din rețeaua CREDITCOOP). În prezent, doar 137 de cooperative de credit din rețeaua CREDITCOOP au autorizație de funcționare emisă de Banca Națională a României<sup>43</sup>.

Pentru moment, cooperativele de credit nu sunt suficient de pregătite pentru a-și asuma un rol semnificativ în cadrul finanțelor rurale. Printre neajunsuri se numără lipsa de înțelegere a sectorului rural; deprinderi limitate de evaluare a planurilor de afaceri ale fermierilor privați; fonduri insuficiente pentru satisfacerea nevoii de credit în zona rurală; cerințe excesive legate de garanții; infrastructură și comunicații inadecvate în zona rurală<sup>44</sup>. Deși pe termen lung cooperativele de credit ar putea juca un rol important în finanțarea rurală, se pare că nu vor fi semnificative în următorii cinci ani.

### **6.3.3. ONG-urile ca furnizori de microcredite**

În ultimii ani, organizațiile nonguvernamentale (ONG) și-au făcut simțită prezența din ce în ce mai mult și și-au lărgit domeniile de activitate, dezvoltându-și ramuri în dezvoltarea și finanțarea rurală. Nu există vreun studiu privind ONG-urile care asigură credit rural și nici informații privind sumele plătite sau regiunile deservite. O listă selectivă a ONG-urilor care operează scheme de microcredit pentru populația rurală este prezentată în **Tabelul 6.7**.

---

<sup>43</sup> Sursa informațiilor: website BNR, *Registrul organizațiilor cooperativelor de credit*, martie 2005.

<sup>44</sup> În general, sustenabilitatea (durabilitatea) acestor cooperative de credit rămâne sub semnul întrebării. Sunt necesare eforturi legate de cerințele de standardizare și raportare pentru a determina cât de eficiente sunt ele în realitate (deși această standardizare este pe bază voluntară și rămâne de văzut câte instituții o vor adopta).

**Tabelul 6.7. ONG-uri care acordă microcredite clienților rurali**

	<b>Nume</b>	<b>Sursa principală a fondurilor</b>	<b>Localizare</b>	<b>Regiuni vizate</b>
1	Centrul pentru Dezvoltare Economică (CDE)	Fondul de Dezvoltare Economică Soros	București	Dâmbovița, Iași, Prahova, Călărași
2	CHF Internațional România	USAID	Timișoara	Transilvania
3	Fundația CAPA România	USAID	Cluj Napoca	Transilvania
4	Opportunity Microcredit România	Opportunity International	Târgu Mureș	Transilvania
5	Fundația FAER	Swiss and HEKS/EPER	Reghin, Mureș	Mureș
6	Fundația LAM	Ditto	Iieni, Covasna	Covasna, Harghita, Brașov
7	CDIMM Satu Mare	UNDP	Satu Mare	Satu Mare, Bihor, Harghita, Sălaj, Maramureș, Arad, Cluj
8	FPIPMM Tulcea	UNDP	Tulcea	Tulcea

Aceste ONG-uri își concentrează atenția mai ales asupra acordării de împrumuturi grupurilor comunitare. Creditarea grupurilor limitate la gospodăria pereche a avut drept rezultat o rată foarte mare de rambursare a împrumutului, de 97%-98%. Conceptul de creditare a grupurilor, de asemenea, contribuie la dezvoltarea unei comunități sociale responsabile, care are cunoștințe fundamentale privind cererile de împrumut, procedurile de urmărire și recuperare. Apar, de asemenea, și cazuri de creditare a persoanelor individuale.

#### **6.4. Măsuri de politică în vederea îmbunătățirii funcționării piețelor produselor și factorilor**

Funcționarea și eficacitatea piețelor produselor și inputurilor necesită atenție din partea guvernului, precum și o strategie corespunzătoare. O strategie guvernamentală pentru stimularea creșterii interne în cadrul unui proces de dezvoltare acționat de filiera ofertei, asigurând în același timp includerea fermelor care trebuie să facă față unor constrângeri importante în cadrul acestui proces, ar trebui să includă cel puțin patru componente: (a) crearea mediului pentru realizarea de investiții private și inducerea coordonării lanțului ofertei, (b) includerea fermelor (mici), (c) tratament nediscriminatoriu aplicat fermelor mici, (d) susținerea micilor fermieri în sensul cooperării în domeniul satisfacerii standardelor și participării la lanțul ofertei. Pentru realizarea acestor obiective, o asemenea strategie ar putea să includă mai multe componente de politică, care să cuprindă modificările din cadrul regimului de reglementare și investițiile publice.

**Este esențial să se includă strategiile de dezvoltare a lanțului ofertei în strategia mai largă a dezvoltării rurale:** țările în care micii fermieri au o pondere mare în baza furnizorilor sunt caracterizate printr-o supraocupare în agricultură, dintr-o perspectivă de dezvoltare pe termen lung. Creșterile semnificative ale productivității și creșterea ca rezultat al integrării fermelor în lanțurile moderne ale ofertei nu pot să rezolve toate problemele structurale. Nu este realist să presupunem că în asemenea țări toate gospodăriile care sunt angajate în activitatea agricolă sau care se bazează pe agricultură vor putea fi incluse într-o asemenea dezvoltare. Pentru o

dezvoltare mai largă adresată populației sărace, este de fapt nevoie de un proces mai larg de dezvoltare rurală, care pune accent pe crearea de locuri de muncă neagricole în zona rurală.

Aspectele specifice **ale unei strategii guvernamentale pentru îmbunătățirea funcționării piețelor produselor și ale factorilor trebuie să includă politici care să sprijine integrarea în piață și comasarea fermelor familiale mici și mijlocii.** Acest lucru poate fi realizat prin asigurarea serviciilor de extensie și a politicilor menite să mărească raza de acțiune a piețelor produselor și inputurilor, precum și a furnizorilor de servicii financiare. O asemenea metodă va contribui la creșterea economică a sectorului și la reducerea sărăciei rurale. Oportunități pentru mărirea razei de acțiune a pieței există în subsectoarele lapte/produse lactate și fructe/legume, unde micii producători sunt deja foarte activi și își extind activitatea. Măsurile pentru sprijinirea producătorilor mici și mijlocii pentru a deveni mai viabili ar trebui, de asemenea, implementate în subsectorul cerealelor, în timp ce procesatorii de animale/carne ar trebui să încerce să maximizeze participarea micilor fermieri la filiera de marketing, prin dezvoltarea unor aranjamente de contractare.

Majoritatea fermelor mici din România este orientată spre agricultura de subzistență și are doar contracte marginale cu piața. Majoritatea acestor contracte sunt cu piețele locale, sub forma vânzării direct de la fermă. Ele practic nu au nici o legătură directă cu marile sisteme de comerț cu amănuntul. În afara piețelor locale, ele vând și angrosiștilor, și industriei prelucrătoare. Impactul revoluției comerțului cu amănuntul este resimțit de către ele prin cererea crescută și presiunile exercitate din partea angrosiștilor și procesatorilor. **Integrarea fermelor mici în filierele verticale necesită schimbări fundamentale și din partea micilor ferme.** O parte mare din ele nu doresc sau nu sunt capabile să facă asemenea schimbări. Aceste ferme se vor menține ori ca ferme cu timp parțial, de subzistență, generând doar venituri suplimentare, ori vor dispărea pur și simplu, contribuind la procesul de comasare. Multe din aceste ferme mici totuși vor deveni mai comerciale, vor crește ca mărime, își vor îmbunătăți tehnologiile și vor coopera pentru a face față provocărilor din cadrul filierelor verticale. Politicile ar trebui să vizeze acest ultim grup, sprijinindu-le în acest proces.

Dezavantajul micilor furnizori se datorează în cea mai mare măsură costurilor de tranzacție. O reducere a costurilor de tranzacție poate fi realizată prin mai multe modalități. În primul rând, costuri mai mici de transport, prin îmbunătățirea *infrastructurii rurale*. Infrastructura rurală este identificată ca fiind o limitare majoră, în special în integrarea micilor producători din zonele mai îndepărtate. În al doilea rând, reducerea numărului de tranzacții prin investiții în *instituții intermediare*. Instituțiile intermediare reduc costul schimburilor între fermă și procesator/furnizorul de inputuri. Investițiile în acest domeniu includ atât crearea de *asociații agricole*, cât și investiții în *puncte de colectare*.

**Politica agricolă ar trebui să aibă drept scop înlăturarea obstacolelor din calea îmbunătățirii activității de marketing.** Acțiunea publică poate avea în vedere îmbunătățirea informațiilor privind piața și prețurile, îmbunătățirea activității de gradare și standardizare și a celei legate de siguranța alimentelor, precum și înființarea asociațiilor de marketing în sectorul privat. Există o nevoie generală ca Ministerul Agriculturii să dezvolte o înțelegere clară a rolului său și al altor instituții publice în susținerea asigurării de bunuri publice în agricultură.

În continuare sunt enumerate câteva din măsurile de marketing specifice pe produs:

- **Piețele cerealelor și oleaginoaselor:** reducerea cheltuielilor și riscului asociate depozitării<sup>45</sup>; îmbunătățirea inspecției depozitelor; reducerea cheltuielilor de transport prin concentrarea atenției asupra disponibilului de vagoane de cale ferată și asupra stării drumurilor.
- **Piețele laptelui și produselor lactate:** urgentarea adoptării standardelor UE privind siguranța alimentelor; concentrarea atenției asupra reducerii cheltuielilor de transport și îmbunătățirii continuității transportului (în special accesul pe orice vreme).
- **Piețele cărnii de porc și de pasăre:** îmbunătățirea calității materialului genetic și asigurarea de furaje de calitate.
- **Prelucrarea cărnii:** îmbunătățirea capitalului uman prin asigurarea unei instruirii adecvate a forței de muncă din unitățile de prelucrare.

Furnizarea inputurilor de calitate superioară și competitivitatea piețelor inputurilor agricole s-a îmbunătățit în ultimii ani, o dată cu privatizarea întreprinderilor de stat și intrarea firmelor internaționale furnizoare de inputuri pe piața românească. Totuși **există un grad mare de putere pe piață în rândul noilor producători interni, ceea ce necesită o atenție deosebită la barierele impuse în calea intrării pe piață**. Subvențiile pentru energie electrică, carburanți și tractoare ar trebui eliminate, deoarece asigură stimulente distorsionate pentru producătorii interni în comparație cu furnizorii internaționali și afectează în mod negativ competitivitatea piețelor inputurilor.

**Politica comercială ar trebui luată în considerare în cadrul politicii interne de marketing.** Strategia exportului pentru integrarea în UE ar trebui să pună accentul în aceeași măsură pe două aspecte principale: pe de o parte, sprijin pentru creșterea investițiilor private în vederea satisfacerii standardelor de calitate și gradare ale Uniunii Europene (de exemplu, pentru lapte și cereale) și, pe de altă parte, menținerea sau creșterea exporturilor către piețele de la est și sud de România. Acest lucru va permite o tranziție către integrarea în UE, o dată cu îmbunătățirea treptată a competitivității producătorilor români. În ceea ce privește importurile, producătorii de carne de porc și pasăre trebuie să facă față unei presiuni considerabile din partea surplusului de producători din UE, SUA și din regiune. Deoarece e posibil ca aceste presiuni să continue, ele trebuie să fie contracarate de eforturile de comasare și de creștere a eficienței producătorilor și procesatorilor de carne de porc și pasăre. Acest lucru e posibil să necesite înlăturarea barierelor din calea investițiilor străine și transferului de tehnologie, cu scopul de a îmbunătăți productivitatea și eficiența în aceste subsectoare.

**Sistemul financiar trebuie îmbunătățit pentru a satisface necesitățile în creștere ale populației rurale.** Instituțiile bancare și nebancare au făcut progrese în ultimii ani în ceea ce privește creșterea fluxurilor financiare și accesul la nivelul împrumutătorilor rurali. Totuși există numai câteva puncte pozitive, cum ar fi o activitate crescută a ONG-urilor, și rămân un număr de domenii-problemă serioase, cum ar fi colapsul instituțiilor financiare mutuale și întârzierile în înființarea unei piețe active de leasing și a unui sistem al certificatelor de depozit.

---

<sup>45</sup> Ex., înființarea de facilități de depozitare în cadrul fermei, pentru reducerea cheltuielilor cu depozitarea. Fostele Cerealcom și Comcereal percepe taxe relativ mari de depozitare pentru acoperirea propriilor lor pierderi și lipsă de eficiență.

Existența fondurilor SAPARD și nevoia de finanțare bancară a proiectelor agricole și agroindustriale aprobate de SAPARD fac să crească cererea de împrumuturi bancare rurale. Totuși rămân impedimente legate de împrumuturile bancare, incluzând lipsa de calificare în împrumuturile agricole și evaluarea riscului, ca și utilizarea inadecvată a noilor metode de urmărire a împrumutului și evaluare a solvabilității clientelei. Se fac încercări pentru a rezolva unele din aceste limitări prin Proiectul de finanțare rurală al Băncii Mondiale. Alte probleme specifice care pot necesita o atenție sporită includ nevoia de întărire a instituțiilor juridice care au o capacitate slabă de aplicare a legilor existente privind garantarea împrumuturilor. În plus, eforturile de dezvoltare a surselor nonbancare de finanțare au necesitat o atenție sporită, incluzând:

- reducerea constrângerilor fiscale privind firmele de leasing pentru echipamente;
- măsuri pentru sprijinirea extinderii (și reglementării) instituțiilor microfinanciare care servesc clienții rurali;
- măsuri pentru asistarea dezvoltării instrumentelor de management al riscului în sectorul privat în zonele rurale (care ar putea acoperi în mod potențial riscul legat de producțiile agricole, riscul asociat prețurilor și riscul privind venitul general prin asigurări în caz de intemperii).