Transportatorii rutieri români: parteneri in Uniunea Europeana?

Description

Situatia transportatorilor rutieri de mărfuri in Romania a evoluat profound odata cu aderarea ţării la Uniunea Europeana in 2007. Care sunt dificultăţile si oportunităţile acestui mod de transport in noul context european ?

Politica transporturilor in UE contribuie la crearea unei pieţe unice şi la reducerea obstacolelor din calea liberei circulaţii a bunurilor si persoanelor în vederea deschiderii frontierelor. Transportul rutier este cel care domină traficul intra-european de mărfuri (44%). Cum a facut posibil această politică să evolueze organizarea si practicile transportatorilor rutieri romani? Care sunt strategiile de adaptare in contextual crizei economice?

La nivel naţional, transportul rutier era efectuat înainte de 1990 in Romania de către Centrala de Transport Rutier, care dispunea de autobaze de vehicule ce circulau in perimetrul fiecărui judeţ. In plus, filialele judeţene ale unei Agenţii de colectare şi expediere a mărfurilor, aveau statutul unor Case de Expediţie, asigurand încarcarea mijloacelor de transport pe traseele de retur şi deci,acoperirea optimă a costurilor fixe.Transportul internaţional de mărfuri era asigurat de întreprinderea de comerţ exterior ICE ROMTRANS, în timp ce transportul industrial era asigurat de către întreprinderile de producţie.

Dificultăţile transportatorilor rutieri în Romania după 1990

Procesul de privatizare a atins rapid sub-sectorul transportului rutier.Au apărut, astfel, numeroase întreprinderi mici si mijlocii, in special sub forma societăţilor comerciale cu răspundere limitată.Majoritatea dintre ele au fost create imediat după 1989, pe baza parcurilor judeţene de vehicule, dar chiar si astăzi se constată ca aceşti mici operatori nu raspund condiţiilor concurenţei de pe pţata europeană a transportului rutier din punct de vedere al calităţii prestaţiilor (punctualitate,siguranţa transporturilor, asigurări).

Chiar dacă funcţionarea transportului rutier este esenţială pentru dezvoltarea activităţii comerciale, numeroşi mici operatori români, nu o considera ca pe una rentabilă, ci o vad mai degrabă, ca pe una de suport a unei alte activităţi.
Intr-adevăr in primul rând, majoritatea operatorilor de transport rutier, sunt reprezentaţi de către foşti şoferi, care nu dispun de o pregatire profesională adecvată în domeniul administrării afacerilor. Formarea profesională de felul masterului in logistică, organizat de Academia de Studii Economice din Bucureşti în cooperare cu Asociaţia Română de Logistică este evitată de către aceşti operatori, ccea ce conduce la creşterea insatisfacţiei clienţilor care se vad obligaţi să caute soluţii alternative in UE.
In al doilea rând, barierele de intrare in acest sector sunt relative slabe, ccea ce induce o anumită insatisfacţie. Astfel,crearea unei societăţi comerciale cu raspundere limitată, nu reclamă decât asigurarea unui camion si plata taxelor de punere a lui in circulaţie. In al treilea rând,nu există la scara naţională Case de Expediţie eficace, care sa poată oferi clienţilor transporturi sigure.
In al patrulea rând,nici un act normativ nu garantează tariful minim, ca in Franţa, care ar permite protejarea pieţei de dumping, aşa încât cheltuielile de transport rutier sunt calculate pe kilometru, practică ce conduce la creşterea tarifelor de transport, intrucât vehiculele nu sunt , adesea, încărcate la intreaga capacitate. Cert este că, parteneriatul dintre întreprinderile Metro România si Karl Heinz Dietrich România (filiala grupului german) a introdus in România tarife de transport pe unitatea de incărcătură(euro-paletă), pentru produsele nealimentare, dar această metodă nu este încă generalizată.

Plata contra-valorii transportului rutier este efectuată in România într-un interval de timp cuprins intre15 si 60 zile. In condiţiile concurenţei acerbe, este foarte dificil sa se renunţe la aceasta modalitate de plată. Iar pentru a semna un contract, transportatorii se văd nevoiţi sa accepte aceste termene neavantajoase.

Impactul nerespectării acestor condiţii pentru transportatori din partea clienţilor, este cu atât mai relevantă cu cât marimea intreprinderilor este mai mică, intrucât costurile fixe ale unei inteprinderi de transport depşesc, in Romania, 34%.

In 2006,cu un an îinaintea aderării ţarii la UE, existau in Romania 23.000 întreprinderi de transport rutier de mărfuri, din care 22% efectuau transporturi internaţionale, iar 6%, atât transporturi naţionale, cât si internaţionale.[1]

Transporturile rutiere de mărfuri după aderarea la Uniunea Europeană si în contextul crizei

Dupa aderarea din 2007 situaţia s-a schimbat in mod relativ, mai ales datorită imbunătăţirii condiţiilor de achiziţie a vehiculelor de mărfuri: bancile comerciale si societaţile de leasing au prezentat o ofertă variata şi mai avantajoasă privind dobanzile şi ratele de închiriere a vehiculelor.

Totodată aderarea a creat anumite dificultaţi transportatorilor români. Eliminarea autorizaţiilor de transporturi internaţionale[2] n-a rezolvat problemele de management ale întreprinderilor de transport (resurse umane, eficacitate, diversificarea serviciilor oferite clienţilor). In plus, apariţia pe piaţa românească a transportatorilor din ţările vecine, in special din statele membre UE, au catalizat plecarea şoferilor români calificaţi spre pieţele de muncă din Europa de Vest. Mai mult, numarul transportatorilor a crescut, impunând tarife de transport inferioare costurilor reale legate de investiţiile recente in parcurile de vehicule.

Din 2009, transporturile rutiere de mărfuri din interiorul Uniunii Europene au înregistrat o scădere cu 10% faţă de anul 2008. Cele mai puternice scăderi s-au inregistrat în România (39%), in Letonia (34%) si in Estonia (24%) -ultimele două ţari fiind singurele din UE, în care transportul feroviar domină transporturile de mărfuri-, in timp ce creşteri importante au fost inregistrate in Bulgaria (15%) si Polonia (10%).

Totodată, criza globală nu a contestat dominarea transportului rutier asupra celorlalte moduri de transporturi europene..La nivel european, transportul rutier a fost de patru ori mai mare decât cel feroviar, in scădere cu 17% in 2009 faţă de 2008. Iar in România, s-a înregistrat cea mai pronunţată scadere a transportului feroviar de mărfuri (50%).

Criza a pus in dificultate multe IMM-uri românesti de transport rutier de mărfuri, întrucât a determinat reducerea volumului de mărfuri de transportat. In România, ca şi in alte ţari europene, multe intreprinderi care au investit in sisteme logistice performante si-au inchis porţile. In plus, multe întreprinderi şi-au vândut parcurile de vehicule si au fost transformate in Case de Expediţii, beneficiind de condiţii de plata mai bune.

Strategiile de parteneriat european ale transportatorilor rutieri

In România co-există pe langa IMM-uri si mari intreprinderi, care manifestă o bună adaptare la condiţiile economice ale anului 2011. Experienţa intreprinderilor româneşti care au rezistat pe piaţă a pus in evidenţă, dupa 2007, existenţa a trei tipuri de strategii de organizare: internalizarea, externalizarea si strategia “win-win”, care pun in aplicare parteneriatele cu intreprinderile europene de transport in scopul ieşirii din recesiune si intrarii in concurenţă loială cu acestea.

Strategia de internalizare constă în asigurarea serviciilor de transport cu mijloacele întreprinderilor de producţie sau servicii. Parteneriatele se stabilesc intre producatori si clienţi. Multe raţiuni sunt susceptibile să motiveze intreprinderile de productie să supravegheze transportul si distribuţia, sau sa castige noi segmente de piaţă..Producatorii români doresc, astfel, să-şi creeze un nume pe piaţa transportului de mărfuri, care necesită un lanţ de transport specific. Întreprinderea Coca-Cola România a adoptat o asemenea strategie, întrucât distribuţia, pe de-o parte, impune utilizarea vehiculelor pentru băuturile răcoritoare gazoase, iar pe de altă parte, solicită un circuit complet de transport corespunzător returului cu ambalaje goale.

Strategia de externalizare rezidă în asigurarea serviciilor de transport comercial. pentru clienţi. Parteneriatele sunt realizate între producţie si logistică.Această strategie ia forma în România a parteneriatelor bazate pe cumpararea serviciilor logistice. Spre exemplu, întreprinderea Unilever Romania a încheiat asemenea parteneriate cu trei societaţi de transport, Legazza (transportul de grupaje), Aquila (depozitare şi transport), Centrum Romania (transport internaţional). Cumpararea anumitor categorii de servicii de transport reprezinta o altă formă a strategiei externalizarii. SC Whiteland SRL România, asigură astfel nevoile de transport prin parteneriat cu îîntreprinderi românesti de transport, referitor la distribuţia sortimentelor de brânza către grosisti si comercianţi en detail.

Strategia “win-win” este agreată, fie de întreprinderi de producţie care posedă mijloace de transport, fie de întreprinderi de logistică, care dispun de o clientele numeroasă. Ea constă, pentru întreprinderile ale căror vehicule revin la destinaţie fară încarcatură, in a semna parteneriate cu întreprinderile de logistică, pentru traseele de retur. O asemenea decizie a fost luată de întreprinderea de confecţii textile Secuiana din Tg. Secuiesc, care a semnat până in 2004, parteneriate cu întreprinderi de transport din Europa de Vest.

Aceste diferite strategii, în contextul crizei, concură, fiecare în felul său, la imbunataţirea mediului de afaceri al întreprinderilor din domeniul transportului rutier european de mărfuri. In acest context, transportatorii români, ar putea deveni parteneri ai transportatorilor europeni, aliaţi cu Case de Expediţie de talie europeană.

Note :
[1] Aceste întreprinderi utilizau un parc de vehicule din care 50% aveau mai puţin de 3,5 tone, 32% erau vehicule specializate, iar 7% erau autotractoare.
[2] Este vorba despre taxele care autorizau circulaţia vehiculelor extra-comunitare să circule in interiorul UE.

Surse: revistele Tranzit si Cargo (2000-2010, Bucureşti), S. Iftime, “Contribuţii la perfecţionarea serviciilor de transport comercial in economia românească”, teza de doctorat susţinută la Academia de Studii Economice din Bucuresti, in 2006, sub îndrumarea Prof. univ.dr. D.Patriche.

Cliquer ici pour accéder à la traduction en langue française

* Liliana- Cristina GEORGESCU: Profesor de economia serviciilor la Colegiul “Ion Ghica” (Târgoviste , Romania), cocreatoare a unei întreprinderi de transport rutier de mărfuri din 1990.
** Silvia IFTIME: Lector universitar (Logistică comercială, Transporturi si asigurări, Management comercial) la Universitatea ARTIFEX din Bucureşti.

Retour en haut de page

date créée
10/04/2011
Champs de Méta
Auteur-article : Liliana- Cristina GEORGESCU* si Silvia IFTIME**