

גזרו קופון

עמירם כהן, עדי דברת-מזריץ - TheMarker, 22.6.2011

הכנסות רשתות השיווק ממוצרי חלב זינקו ב-154% ב-6 שנים בכיר באחת המחלבות: "כשאין פיקוח - הרשתות מעלות מחירים כמה שהן רוצות"; בכיר ברשתות המזון: "כשמורידים עלויות תפעוליות, רואים שאנחנו על הקשקש"

מחיר המטרה עודכן לאחרונה בראשית אפריל ל-2.2 שקלים לליטר (כולל עמלה למועצת החלב, הגוף המשותף ליצרנים, המחלבות והממשלה המנהל את הענף). בניגוד ליצרנים, המחלבות ורשתות השיווק אינן מוסרות נתוני ההוצאה ורווח לכל מוצר ומוצר. ואולם, ניתן לעשות את התחשיב באופן עקיף ברמה סבירה של דיוק.

יצרני החלב הם לא המרוויחים הגדולים כתוצאה מהתייקרות מוצרי החלב. מבדיקת השינוי במחירי גבינת הקוטג', מאז שבוטל הפיקוח עליהם ב-2005, עולה כי מי שהגדיל את חלקו ב-154% מאז היו רשתות השיווק וחברות המזון. באותה תקופה גדל הרווח למחלבות על גביע קוטג' ב-41% וחלקם של החקלאים ב-29%.

מהנתונים עולה כי הגורם השלישי בשרשרת השיווק - הקמעונאים (רשתות השיווק וחנויות המזון), עשו את המכה הגדולה: חלקן במחיר גביע הקוטג' עלה מ-0.54 שקלים ב-2005 ל-1.37 שקלים ב-2011 - תוספת של 154%

הסערה סביב התייקרות מוצרי החלב העלתה כמה אצבעות מאשימות לאוויר בניסיון לאתר את המרוויחים הגדולים, בדרך לכיסו של הצרכן. ואולם, דבר אחד ברור כבר כעת: מי שאינו גוזר את הקופון מהעלאת המחירים - הם יצרני החלב, הרפתנים. התמורה ליצרנים ממכירת חלב גולמי למחלבות (מחיר המטרה) מפוקחת ונקבעת בידי ועדה מקצועית, שבה שותפים כלכלני האוצר ומשרד החקלאות.

התמורה נקבעת בנוסחה המשקללת את הוצאות ייצור החלב לרפתן בתוספת שכר עבודה. בנוסחה אין מרכיב רווח ובמקומו יש מרכיב שכר עבודה לרפתן, שנקבע לפי השכר הממוצע במשק. לדוגמה, ברפת משפחתית שבה 50 פרות חולבות השכר לרפתן המחושב במחיר החלב הוא כ-11.5 אלף שקל בחודש לפני מס.

בדיקת הנתונים המדויקים על השינוי במחירי גבינת הקוטג', מאז שבוטל הפיקוח על מחיר המוצר ב-2005, חושפים כמה פרטים מעניינים. גביע קוטג' 5% (250 גר') נמכר ב-2005 ב-4.82 שקלים. אותו גביע נמכר בחודשים הראשונים של 2011 ב-7.29 שקלים - כלומר התייקרות של 51.4%. בחודשים האחרונים התייקר המוצר עוד יותר לכ-8 שקלים לגביע.

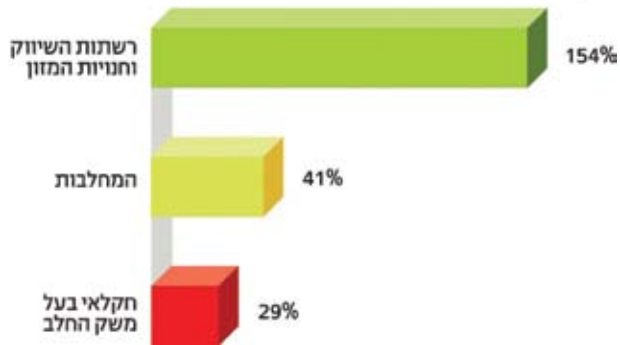


פורסם במעריב

נתונים נוספים של כלכלנים בענף החלב, חושפים מי משרשרת הייצור והשיווק של גביע הקוטג' גוזר את הקופון הגדול. החקלאי בעל משק החלב קיבל ב-2005 1.48 שקלים לכל גביע קוטג', וב-2005 גדל חלקו ל-1.92 שקלים - עלייה של 29%. התוספת מבטאת את הגידול בהוצאות הייצור בעיקר ההוצאה להזנת הפרות. המחלבות, כמו תנובה, שטראוס וטרה - הגדילו את חלקן במחיר גביע הקוטג'

הפיקוח הוטר - והנסות רשתות השיווק זינקו

העלייה בהנסות ממכירת גביע קוטג' בין 2005 ל-2011, באחזים



מותרות אחר. עכשיו הן מתחילות לעשות מבצעים כדי לטשטש את זה. הקוטג' לא היה כל כך זול מאז 2006."

"אנחנו מוכרים את הקוטג' לקמעונאי בקצת יותר מ-5 שקלים וכל הפער הולך לקמעונאי", אומר בכיר במחלבה אחרת. "אני בקושי מרוויח על הקוטג' כי ליטר חלב גולמי עולה לי 2.2 שקלים, בנוסף לשכר עובדים, חשמל ומים.

"גם המפקח על המחירים אמר שאם היה צריך להכניס את הקוטג' לפיקוח, הוא היה צריך להימכר ב-6.5-7 שקלים לצרכן. הרשתות לא צריכות למכור את הקוטג' ביותר מ-7 שקלים, וגם אז הרווח שלהן הוא בהחלט סביר."

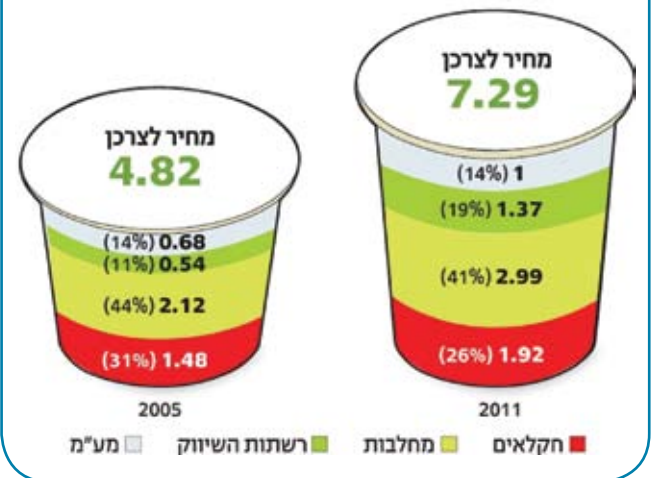
ברשתות המזון דוחים את הטענות. "הרווח הגולמי שלי על הקוטג' הוא 12% ועלויות התפעול שלי הן 17% כך שלמעשה אני מפסיד כסף על הקוטג'", אומר בכיר ברשת שיווק. "יכול להיות שהנתונים מדברים על רשתות יקרות יותר. אני מראש לא מוכר קוטג' ב-7.99 שקלים, אלא ב-6.49 שקלים."

לדברי בכיר ברשת אחרת, "אנחנו מקבלים 19% מהמחיר של הקוטג' לצרכן, אבל יש מוצרים בחלב שמרוויחים עליהם 23%-24%. בכל מקרה, אם מורידים מזה את העלויות התפעוליות של 18% רואים שאנחנו על הקשקש".

בכיר ברשת מזון גדולה אומר כי קטגוריית החלב ומוצריה היא הקטגוריה השנייה הלא רווחית מכלל הקטגוריות: "אני קונה גביע קוטג' בקצת יותר מ-6 שקלים ומוכר אותו בפחות מ-7 שקלים. למעשה נשארות אצלי רק 66 אגורות. יש לי הוצאות תפעול וחשמל ואני מפסיד על הקוטג' 7%. בחלק מהחנויות אני מאוזן, אבל בכל מקרה אני לא מרוויח על הקוטג'. מי שמרוויח זה המינימרקטים. שמוכרים 55% מהקוטג' בישראל במחיר של 8 שקלים". ■

ניצד מתחלקות ההנסות ממכירת גביע קוטג'

בשקלים, בסוגריים: החלק היחסי במחיר



מ-2.12 שקלים ב-2005 ל-2.99 שקלים ב-2011 - עלייה של 41%. חלק מהתוספת מוסבר בגידול מתון בהוצאות הייצור וחלק בגידול ברווח. בנוסף, חלקן היחסי של שני הגורמים במחיר הגביע ירד ב-3%-5% (ראו גרף).

מהנתונים עולה כי הגורם השלישי בשרשרת השיווק - הקמעונאים (רשתות השיווק וחנויות המזון), עשו את המכה הגדולה: חלקן במחיר גביע הקוטג' עלה מ-0.54 שקלים ב-2005 ל-1.37 שקלים ב-2011 - תוספת של 154%. האם מישהו יכול להאמין שרשתות השיווק רשמו גידול מדהים של יותר מפי שלושה בעלויות השיווק מאז שבוטל הפיקוח? אם נותנים - לוקחים, וכמה שיותר. כל עוד מחיר הקוטג' ומוצרי חלב בסיסיים נוספים לא יהיו תחת פיקוח, כשהשוק נעדר תחרותיות מספקת, המחלבות ורשתות השיווק יחגגו על כיסם של הצרכנים.

לשם הגינות והוגנות - מותר לרשתות השיווק לקחת כל מחיר שיעלה על דעתן, אם הוא מתיישב עם תועלתן העסקית. זה חוקי, הכול בסדר - אם כי יש שייטענו כי מדובר בתאוות בצע.

את הטענות יש להפנות לממשלת ישראל. רק היא יכולה לעצור את תאוות הבצע הזאת, והשיטה היא הגדלת התחרות. פתיחת שוק מחלבות לכל דורש וייבוא מוגבל מאוד של מוצרי חלב בסיסיים כשאינן בררה אחרת.

"אני בקושי מרוויח על הקוטג'"

"בעבר הרשתות היו מקבלות 11% ממחיר הקוטג' ובימים האלה זה כבר מגיע ל-21% מהמחיר לצרכן שהולך לכיסן. ככה זה כשאינן פיקוח - הרשתות מעלות מחירים כמה שהן רוצות", אומר בכיר באחת המחלבות. לדבריו, מחיר המכירה שלו לרשתות הוא פחות מ-5.50 שקלים. "היסטורית לא היו מרוויחים על מוצרים מפוקחים, אבל כיום הרשתות רוצות להרוויח על קוטג' בדיוק כמו על קורנפלקס וכל מוצר