

תקציר

- במהלך המחצית השנייה של שנת 2021 חלה עלייה בהיקף הייצור של מזון ומשקאות, זאת, כפי הנראה, על רקע עלייה ברכישות מהשוק המוסדי (מלונות, מסעדות, מוסדות תרבות ופנאי ועוד). המכירות של יצרני המזון והמשקאות עלו בעוצמה מתחילת שנת 2021, בשל "אפקט בסיס" ונוכח עליית מחירי המכירה והגידול בייצור במחצית השנייה של השנה. במבט קדימה, הצעדים שנקטה הממשלה, קרי העלאת המס על משקאות ממותקים והסרת מכסי יבוא בקטגוריות מזון מסוימות, צפויים להכביד על הייצור הענפי בשנה הקרובה.
- הביקוש למוצרי מזון ומשקאות עלה בקצב גבוה יחסית מתחילת שנת 2021, על רקע היקף נמוך יחסית של יציאות ישראלים לחו"ל, והודות להגבלות שחלו על הפעילות של מסעדות, מלונות ומוסדות תרבות ופנאי בעיקר במחצית הראשונה של השנה. במבט קדימה, גורמים אלו צפויים לתמוך בצריכה הפרטית של מוצרי מזון ומשקאות גם בטווח הזמן הקרוב.
- המחירים העולמיים של סחורות המזון עלו דרמטית מאז פרוץ הקורונה, בעקבות גידול ניכר בביקוש ביחס להיצע הזמין. היות וסחורות אלו משמשות את יצרני המזון כתשומות, מחירי המכירה של היצרנים עלו גם הם, ומגמה זו צפויה להימשך בחודשים הקרובים, אם כי קצב הגידול צפוי להתמתן. יצוין כי מחירי המכירה של יצרני המזון עלו במתינות יחסית בהשוואה לעלייה שנרשמה במחירי היבוא של חומרי הגלם המשמשים אותם בייצור.
- קצב הגידול של מחירי המזון במדד המחירים לצרכן הגיע לרמה גבוהה יחסית לאחרונה, וגם רמת המחירים מצויה בסביבה הגבוהה אי פעם. במבט קדימה, קצב הגידול של מחירי המכירה של היצרנים מצביע על כך שבחודשים הקרובים מחירי המזון יוסיפו לעלות. על כך, יש להוסיף את העלאת המס על משקאות ממותקים שחלה בינואר 22, ואת ההעלאה הצפויה במחירי מוצרי החלב המפוקחים, שיתרמו גם הם לעליית מחירי המזון.
- במהלך הרביע השלישי של 2021 מרבית היחסים הפיננסיים של החברות הציבוריות בתחום המזון והמשקאות השתפרו בהשוואה לתקופה המקבילה בשנה הקודמת. שיעורי הרווחיות ורמת הנזילות גבוהים מאוד בהשוואה היסטורית.



גילי בן אברהם
החטיבה לשוקי הון < אגף כלכלה
Gili.BenAvraham@Bankleumi.co.il



ענף ייצור מזון ומשקאות

ינואר 2022

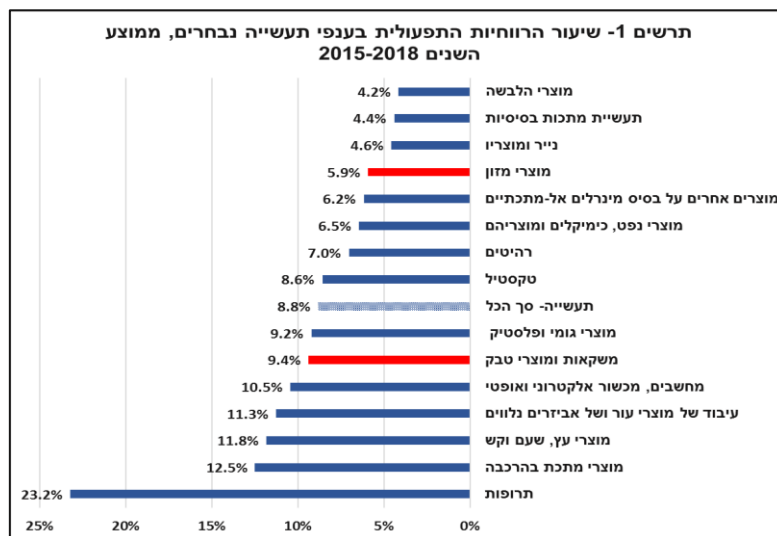
רקע

על פי הגדרת הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה, ענף ייצור מזון וענף ייצור משקאות משתייכים לענפי התעשייה המסורתיים, כנקבע לפי רמת הטכנולוגיה של הייצור. ענף ייצור מוצרי מזון כולל עיבוד מוצרים מענפי החקלאות, הייעור והדיג למוצרי מאכל עבור בני אדם או בעלי חיים. כמו כן, כולל הענף גם ייצור מוצרי ביניים, שאינם בהכרח מוצרי מזון. ענף ייצור משקאות כולל ייצור משקאות, אלכוהוליים ולא אלכוהוליים, וייצור מים מינרליים.

מנתוני הלמ"ס לשנת 2020 עולה כי מספר המפעלים בענף ייצור מזון עמד על 1,893 ואילו מספר המפעלים שעסקו בייצור משקאות וטבק עמד על 162. הפדיון של יצרני המזון בשנת 2020 נקבע על 66.2 מיליארד ₪ ושל יצרני המשקאות והטבק על 8.3 מיליארד ₪. המכירות בענף מתבססות בעיקר על צריכה מקומית, שכן שיעור נמוך בלבד מהפדיון הופנה לייצוא - כ-4% בייצור מזון וכ-3% בייצור משקאות ומוצרי טבק. בענף ייצור מזון, משקאות וטבק הועסקו כ-61.2 אלף עובדים בשנת 2020.

מסקר תעשייה, כרייה וחציבה של הלמ"ס לשנת 2018 עולה כי שיעור הרווחיות התפעולית (רווח תפעולי ביחס לפדיון) של תת הענף ייצור משקאות ומוצרי טבק גבוה ביחס למוצע ענפי התעשייה, ואילו של ענף ייצור מזון נמוך יחסית למוצע (ראה/י תרשים 1). המשמעות של רווחיות גבוהה יותר הינה כי ליצרני המשקאות ישנו מרווח רחב יותר להשקיע בפיתוח והרחבת עסקיהם, וכן מרווח רחב יותר לספוג שינויים בעלויות ולצלוח משברים וזעזועים כלכליים.

נראה כי ההסבר לפערים בין ענף המזון לבין ענף המשקאות ברמת הרווחיות טמון, בין היתר, ברמת התחרות בענף, כך בעוד שבענף המזון ארבעת היצרניות הגדולות ביותר ייצרו כ-10% מסך התפוקה הענפית בשנת 2018, בענף המשקאות ארבעת היצרניות הגדולות ייצרו כ-55% מסך התפוקה הענפית באותה השנה. חשוב להדגיש כי ענף המזון כולל קטגוריות רבות (בשר ודגים, חלב ומוצרי, דגנים ומאפים, מתוקים וכו') הנחשבות, כל אחת מהן בפני עצמה, ריכוזיות, אך הן מתחרות אלו באלו.



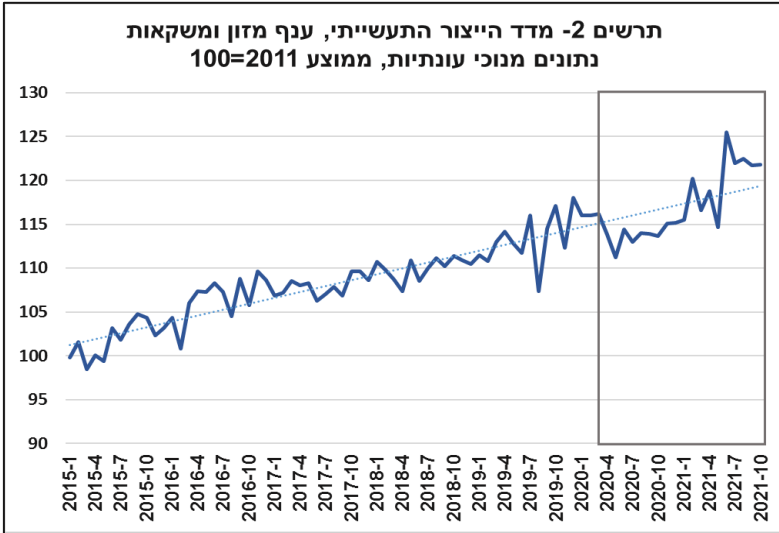
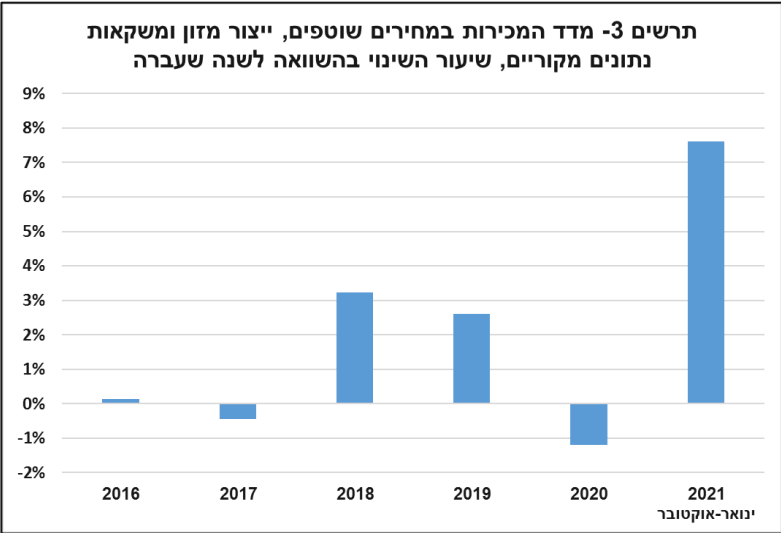
במהלך מרבית שנת 2021 נתוני התעשייה והביקוש למוצרי מזון ומשקאות היו גבוהים יחסית

בחודשים האחרונים, עלה הייצור התעשייתי של מזון, משקאות וטבק לרמה גבוהה ביחס למגמה ארוכת הטווח שאפיינה את הייצור הענפי בתקופה שקדמה לקורונה (ראה/י תרשים 2). מיד עם התפשטות מגפת הקורונה בישראל, באפריל 2020, ירד הייצור התעשייתי של הענף ונותר נמוך ממגמת הצמיחה שאפיינה את הענף משנת 2015 למשך חודשים רבים. כפי הנראה, הסיבה לירידה זו נעוצה בירידה בביקוש למוצרי מזון ומשקאות מהשוק המוסדי (מלונות, מסעדות, שירותי אוכל במקומות העבודה וכו'), שפעילותו הוגבלה במסגרת מדיניות הממשלה להתמודדות עם הקורונה.

העלייה של הייצור התעשייתי החל מחודש יוני 2021 לרמה גבוהה יחסית, ואף ההתאוששות המתונה שחלה כבר מתחילת שנה זו, הינם תוצאה של פתיחת המשק, ובכללה התאוששות הביקוש של מזון ומשקאות מצד השוק המוסדי.

בדומה לייצור התעשייתי, גם מדד המכירות במחירים שוטפים של הענף עלה משמעותית, וזאת אף מוקדם יותר. עלייה זו נבעה הן מהעלייה בייצור המוזכרת מעלה, והן מעליית מחירי המכירה שהחלה

בהדרגה מראשית שנת 2021 (על כך הרחבה בהמשך). בסיכום התקופה שחלפה מתחילת השנה, עלו המכירות של הענף בעוצמה, בכ-7.6%, בהשוואה לתקופה המקבילה אשתקד, אולם, זאת לאחר שבשנת 2020 כולה חלה ירידה מתונה בהיקף המכירות (ראה/י תרשים 3). מהשוואת המכירות מתחילת השנה לתקופה המקבילה בשנת 2019, כלומר לתקופה שלפני הקורונה, עולה כי קצב העלייה השנתי עומד על כ-3%, דהיינו קצב עלייה הדומה לזה שנרשם בשנים 2018-2019, אך עדיין גבוה מהשנים שקדמו להן.



השינויים במדיניות הממשלה צפויים להכביד על הייצור של מזון ומשקאות בשנה הקרובה

לאחרונה, הציגה הממשלה מספר רפורמות הקשורות בענף המזון והמשקאות, העשויות להוביל לשינויים של ממש בהיקף הצריכה ו/או הייצור בענף המזון והמשקאות בשנה הקרובה. הרפורמה הראשונה כבר התממשה בתחילת שנת 2022, עת עלה המס על משקאות ממותקים והוביל לשינוי במחירי המכירה של משקאות רבים. והשנייה, מתממשת לאיטה, ובמהותה מובילה לפתיחה של תתי תחומים מסוימים בענף המזון לתחרות (בעיקר חיצונית). כך, המכסים על יבוא פירות וירקות נבחרים יופחתו בהדרגה, ולפי התכנית של האוצר, גם מכסים על יבוא מוצרי חלב נבחרים צפויים להתבטל. לשני המהלכים אלו עשויות להיות השלכות משמעותיות על הביקוש למוצרים ועל התחרות בענף:

1. **העלאת המס על משקאות ממותקים** - החל מינואר 2022, הועלה מס הקנייה על משקאות ממותקים, מיצי פירות ותרכיזים ואבקות להכנת משקאות. לפי החלטת הממשלה, המס על משקה שריכוז הסוכר בו יהיה גבוה מ-5 גרם סוכר ל-100 מיליליטר משקה יעמוד על שקל לליטר משקה, ואילו המס על משקה שריכוז הסוכר בו יהיה נמוך מרמה זו, או על משקאות המכילים ממתק אחר יעמוד על 0.7 ₪ לליטר משקה.

לפי בדיקה של מרכז המחקר והמידע של הכנסת, העלאות מס על משקאות ממותקים שחלו בשנים האחרונות בשלוש מדינות, הובילו לירידה בצריכת מוצרים אלו. במקסימום, הועלה המס בצורה אחידה בפז אחד לליטר משקה (כ-10% מהמחיר של משקאות ממותקים), וכתוצאה מכך הצריכה של המשקאות הממותקים ירדה בכ-6% בשנת השינוי בהשוואה לשנה הקודמת, בעוד שהצריכה של משקאות שלא מוסו עלתה בכ-7%; בדרום אפריקה, הוטל מס המשתנה בהתאם לכמות הסוכר במשקה, כאשר רק על משקאות שהכילו מעל 4 גרם סוכר ל-100 מיליליטר הוטל מס בסך 0.21 רנד לגרם סוכר. לפי הערכות, בעקבות השינוי ירדה כמות המשקאות הנרכשת בכ-28% ביחס לכמות שהיה מצופה שתירכש ללא השינוי במס. ובבריטניה, הוטל מס בסך 0.18 ליש"ט לליטר משקה על משקאות המכילים 5-8 גרם סוכר ל-100 מיליליטר משקה, ומס בסך 0.24 ליש"ט על משקאות המכילים מעל 8 גרם סוכר ל-100 מיליליטר משקה. בעקבות השינוי ירדה הצריכה של המשקאות שמוסו ועלתה משמעותית הצריכה של משקאות ממותקים המכילים כמות פחותה של סוכר ולכן לא מוסו.

אם להשליך מן הממצאים המוזכרים מעלה על הצפוי להתרחש בישראל, הרי שסביר להניח כי הצריכה של משקאות שימוסו, ומחירים יעלה, תפחת, בעוד שהצריכה של משקאות שלא ימוסו (בישראל בעיקר מים מינרליים ומי סודה), צפויה לגדול, שכן הם מוצרים תחליפיים למשקאות שמחירים עלה.

2. הסרת מכסים על מוצרים נבחרים לעידוד היבוא - מלבד ההפחתה המדורגת של מכסי היבוא על גידולים חקלאיים נבחרים, הצפויה להגביר את היבוא של ירקות ופירות, בדצמבר 2021 פורסם כי שר האוצר חתם על צו המורה על ביטול המכסים על יוגורטים, מעדני חלב וגבינות רזות, והגדלת המכסות הפטורות ממכס ליבוא גבינות קשות. רפורמה זו עשויה להגביר את התחרות הודות להגדלת היבוא של מוצרי חלב אלו ולהכביד על יצרניות מוצרי החלב המקומיות. ומעבר לכך, הרצון להילחם ביוקר המחייה באמצעות פתיחת המשק לתחרות על ידי הסרת מכסים עשוי להתרחב לקטגוריות מזון נוספות ולכן להעיב על הייצור של היצרנים המקומיים, בדגש על יצרנים שיתקשו להתמודד מול יצרנים יעילים מחו"ל.

לסיכום, פעולות הממשלה המתוארות מעלה, שמטרותיהן שונות - האחת מבקשת לשנות את הרגלי הצריכה של הצרכנים ולהיטיב עם בריאותם, והשנייה מבקשת להוזיל את יוקר המחיייה - צפויות להכביד בטווח הזמן הקרוב על הייצור של משקאות ממותקים ומוצרי חלב מסוימים. חלקם של קטגוריות אלו בסך הפדיון של ענף המזון והמשקאות מסתכם בכ-22.5%. הפדיון של יצרני המשקאות הקלים והמים בבקבוקים מהווה כ-7% מסך הפדיון של יצרני המזון והמשקאות, והפדיון הכולל של יצרני מוצרי החלב מהווה כ-15.5%.

בצד הביקוש של משקי הבית, המגמה הייתה דומה. הצריכה הפרטית של מזון ומשקאות עלתה ריאליית בקצב גבוה יחסית מתחילת שנת 2021, זאת לאחר חולשה מסוימת בשנה הקודמת, שהתבטאה בעיקר ברביע השני של שנה זו (ראה/י תרשים 4). במהלך שלושת הרבועים הראשונים של 2021 עלתה הצריכה הפרטית של מזון ומשקאות במחירים קבועים בכ-5%, זאת לעומת עלייה של כ-3.1% בממוצע בשנים 2019-2011. מהשוואת הצריכה הפרטית לתקופה המקבילה בשנת 2019, על מנת לנטרל את ההשפעה של ההיחלשות בקצב הצמיחה בשנת 2020 שנגרמה מהתפרצות הקורונה, עולה כי זו עלתה בקצב שנתי של כ-3.5%, כלומר עדיין גבוה מן הממוצע ארוך הטווח.

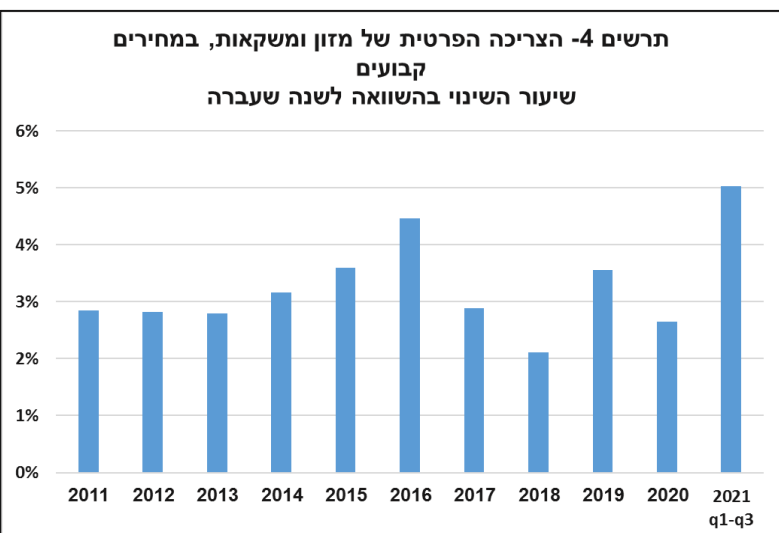
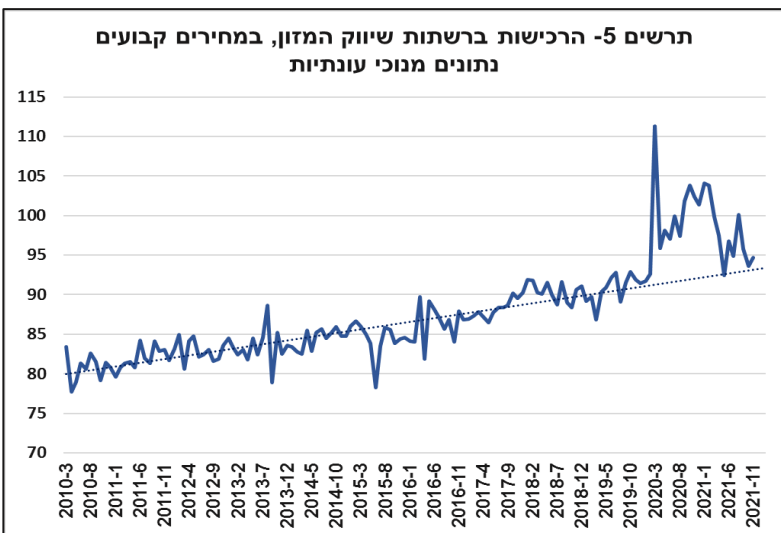
בין הגורמים שתרמו לגידול הגבוה יחסית של הצריכה הפרטית של מזון ומשקאות בשנת 2021 ניתן למנות את הירידה בהיקף היצואות של ישראלים לחו"ל, כך שיותר צריכה בוצעה בארץ, ואת הירידה בצריכה של מזון ומשקאות באמצעות השוק המוסדי, כלומר במוסדות תרבות ופנאי, מסעדות ומלונות, בעיקר בחלקה הראשון של השנה.

הגורמים שמוזכרים מעלה תמכו גם ברכישות גבוהות יחסית ברשתות שיווק המזון מאז התפשטות מגפת הקורונה (ראה/י תרשים 5). אם כי הפער ביחס למגמה ארוכת הטווח הלך והצטמצם מאז הסרת המגבלות הנרחבת שחלה בראשית שנת 2021, הודות להתקדמות מבצע החיסונים. במילים אחרות, ככל שהשוק המוסדי חזר לפעילות הקרובה לזמני שגרה, הצריכה של שירותים אלו (מסעדות, לינות במלונות, הופעות ואירועים וכו') הכוללים, בין השאר, גם הגשת מזון ומשקאות, הובילה להתמתנות בהיקף המכירות ברשתות שיווק המזון. חשוב להבהיר כי רשתות שיווק המזון מוכרות מלבד מזון גם קטגוריות צריכה נוספות, כגון - מוצרי ניקיון, תחזוקת הבית, טיפוח וכלי מטבח, כל אלו נכללים במדד המכירות של הלמ"ס, כך שזה אינו משקף אך ורק מכירה של מוצרי מזון ומשקאות.

באשר לשוק המוסדי (או לפחות חלק מרכזי ממנו), לפי נתוני הלמ"ס, הצריכה הפרטית של שירותים מסעדות ובתי מלון עלתה משמעותית ברביע השני של 2021, אם כי זו עדיין נמוכה יחסית לעבר. הצריכה הפרטית של שירותים אלו ברביע השני של 2021 הייתה נמוכה ריאליית בכ-16% בהשוואה לרביע המקביל בשנת 2019, וברביע השלישי הייתה נמוכה ב-10% (ראה/י תרשים 6).

במבט קדימה, מספר גורמים תומכים בצפי לצריכה פרטית גבוהה יחסית של מזון ומשקאות ובהם: הרמה הנמוכה יחסית של יצואות ישראלים לחו"ל; וירידה מסוימת בצריכה של שירותי מלונאות מקומיים, מסעדות ופנאי, ברקע תפוצת וריאנט ה"אומיקרון", גם אם לא יחולו מגבלות מצד הממשלה (בידודים, חשש מהידבקות וכו'). כלומר, קצב הצמיחה של הצריכה הפרטית של מזון ומשקאות,

בהשוואה שנתית, יותר גבוה מהמוצע בשנים האחרונות, דיינו מעל ל-3%, כתלות בהיקף המגבלות על ענפי השירותים ותוקפן. עם זאת, קצב הצמיחה של הצריכה הפרטית של מזון ומשקאות צפוי להיות נמוך משמעותית ביחס לקצב הצמיחה של הצריכה הפרטית השוטפת, וגם הצריכה הפרטית הכוללת, שכן אלו עוד משתקמים מהפגיעה שנרשמה במהלך הקורונה, שהתבטאה בירידה חדה בצריכת שירותים.



הגידול המשמעותי במחירי הסחורות דחף כלפי מעלה את מחירי המכירה לצרכנים וצפוי לפעול באותו האופן בחודשים הקרובים, העלאת המס על משקאות תתמוך גם היא בעליית מחירי המזון

מדד המחירים ליצרן של מוצרי מזון הגיע לאחרונה לרמה הגבוהה שנרשמה מאז ראשית שנת 2015, זאת לאחר שבמהלך המחצית השנייה של שנת 2021 היו המחירים ברמת שפל בהשוואה לשנים האחרונות. לעומתו, מדד מחירי הייצור של מוצרי המשקאות נותר יחסית יציב בשנים האחרונות, גם במהלך תקופת הקורונה, ונע בחלון של $\pm 1\%$ סביב הממוצע (ראה/י תרשים 7).

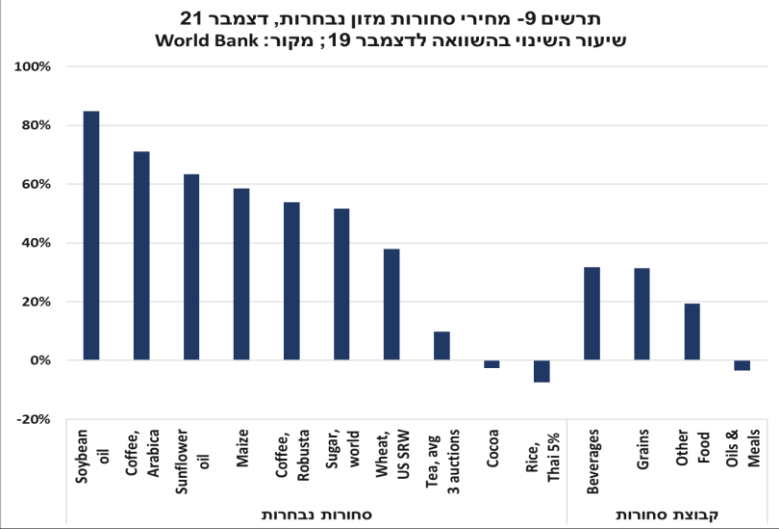
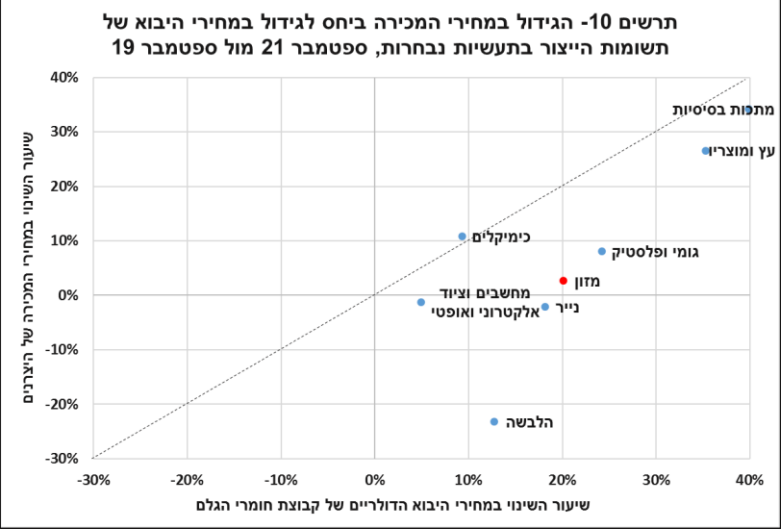
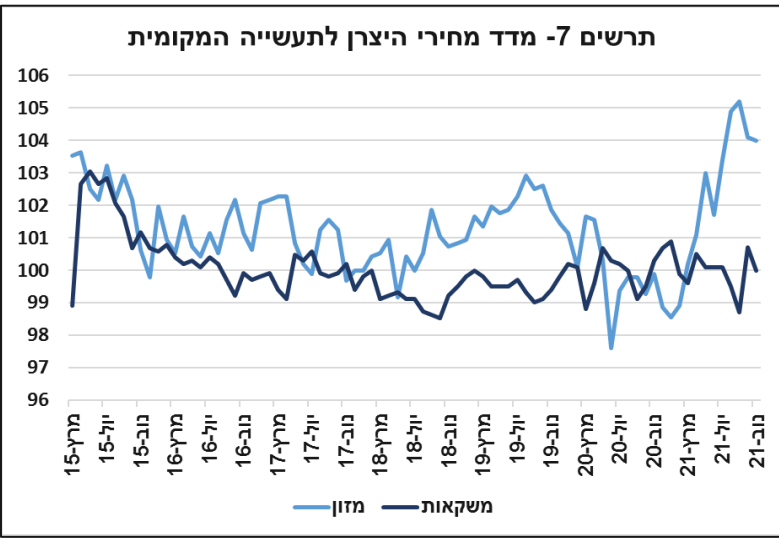
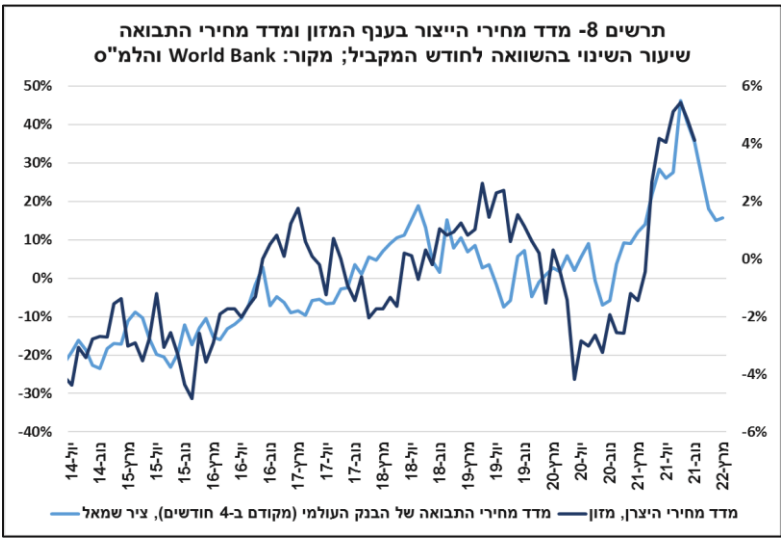
מדד המחירים ליצרן של מוצרי מזון מתואם באופן חיובי עם המחירים העולמיים של סחורות המזון, מכיוון שאלו משמשות את יצרני המזון כתשומות בהליך הייצור. מחירי הייצור מתואמים בפרט עם מדד מחירי סחורות התבואה (אורז, חיטה, שעורה וטירס), בפיגור של כ-4-6 חודשים, זאת מפני שסחורות אלו מהוות תשומות בייצור של מגוון מוצרי מזון, ובכללם בשר, עופות, מוצרי מאפה, דגנים ועוד (ראה/י תרשים 8). מדד מחירי התבואה עלה בחדות במהלך שנת 2021, עליוה שהגיעה בשיאה לכ-46%, במונחים שנתיים, במאי 2021, על רקע ביקוש הגבוה מההיצע של סחורות רבות. לאור זאת, עלה מדד מחירי היצרן של מוצרי מזון גם הוא בחדות, כאשר רק לאחרונה החל קצב העלייה להתמתן. במבט קדימה, לפי הקשר המתואר לעיל, נראה כי בחודשים הקרובים העלייה במחירי סחורות התבואה תוסיף לתמוך בעליית מחירי המכירה של יצרני המזון, אם כי קצב העלייה צפוי להיחלש.

מאז התפשטות מגפת הקורונה עלו מחיריהן של סחורות מזון רבות. עליות בולטות נרשמו במחירי השמנים, בפרט שמן סויה ושמן חמניות, מחירי תבואות נבחרות, כגון תירס וחיטה, וגם מחיריהן של סחורות משקאות, דוגמת פולי קפה ממגוון סוגים (ראה/י תרשים 9). במבט קדימה, מחיריהן של סחורות התבואה, להן השפעה מרכזית על המחירים של מוצרי המזון בישראל, צפויים לרדת בהדרגה עד סוף השנה, זאת בעיקר הודות לעלייה החזויה בהיצע של הסחורות השונות, שתנבע בין השאר מרמת המחירים הגבוהה המגבירה את הכדאיות של החקלאים.

בדומה למחירי סחורות המזון בעולם גם מחירי היבוא הדולריים של מוצרי מזון גולמיים לישראל עלו משמעותית בעת האחרונה. כך, בספטמבר 21 היו מחירי היבוא הדולריים של חומרי הגלם מתחום המזון גבוהים בכ-20% בהשוואה לספטמבר 19, וגבוהים ב-16% מן הממוצע בשנים 2016-2019. כמובן שהייסוף של השקל קיזז במידת מה את העלייה הזו, כך שבמונחים שקליים ההתייקרות במחירי היבוא בספטמבר 21 בהשוואה לספטמבר 19 עמדה על 13%.

מהתבוננות בשינוי של מחירי היבוא הדולריים של מגוון קבוצות חומרי גלם בסקטור התעשייה ניתן לראות כי ישנם תחומים בהם חל גידול רב יותר מזה שנרשם במחירי היבוא של מוצרי מזון, כגון חומרי גלם לתעשיית העץ, וברזל ופלדה לתעשיית המתכת (ראה/י תרשים 10). נוסף על כך, ניכר כי בענף המזון שיעור הגידול במחירי המכירה של היצרנים עלה מעט יחסית לגידול במחירי חומרי הגלם המשמשים אותם לייצור, כאשר ישנם ענפים אחרים בהם העלאת מחירי המכירה הייתה קרובה יותר לגידול במחירי חומרי הגלם דוגמת ענף מתכות בסיסיות וייצור עץ ומוצרי.

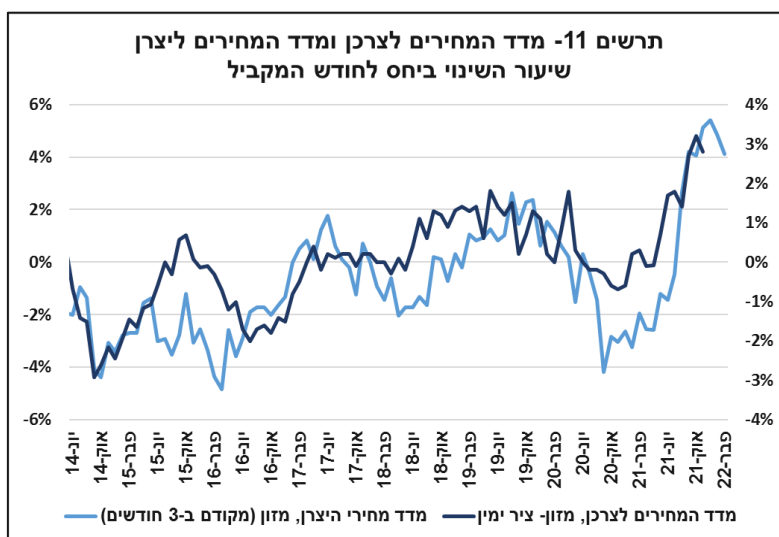
ההסברים לפערים בין הענפים עשויים להיות מגוונים, וביניהם ניתן לציין את רמת התחרות בענף, הרגישות הציבורית לשינוי במחירים הענפיים, פריון העבודה בענף, רמת הטכנולוגיה של הייצור והמשקל של התשומות במוצר הסופי.



באשר למחירי המזון הקמעונאיים, דהיינו אלו שמשלמים הצרכנים, לפי מדד המחירים לצרכן, מחירי המזון (ללא פירות וירקות) עלו בקצב שנתי גבוה יחסית של כ-3.2% באוקטובר 21, אם כי בחודש העוקב קצב הגידול נחלש במעט (ראה/י תרשים 11). נוסף על כך, הרמה של המחירים שנרשמה באוקטובר 21 הייתה הגבוהה אי פעם, וחצתה את שיא המחירים הקודם שנרשם באוקטובר 2013.

במבט קדימה, נוכח המתאם החיובי הקיים בין מחירי הייצור של יצרני המזון למחירי המכירה לצרכנים, נראה כי בשלושת החודשים הבאים הגידול במחירי המכירה של היצרנים יוסיף לתמוך בעליית מחירי המכירה לצרכנים. עובדה זו מתיישבת עם הפרסומים הרבים בתקשורת על הכוונה של יצרני ויבואני מזון שונים להעלות את מחירי המכירה בחודש ינואר 22.

נוסף על כך, שני גורמים נוספים עשויים לדחוף את מחירי המכירה לצרכנים כלפי מעלה, אף מעבר לקצב העלייה המשתקף מהמתאם בין מדד מחירי הייצור למדד המחירים לצרכן. הראשון, כאמור לעיל, העלאת המיסים על משקאות ממותקים צפויה לתרום משמעותית לעליית מחירי המשקאות, וכפועל יוצא לעליית מחירי המזון במדד המחירים לצרכן. והשני, מחירי מוצרי החלב אשר בפיקוח צפויים להתעדכן אף הם כלפי מעלה בחודשים הקרובים, בשל המלצת ועדת הפיקוח על המחירים.



ניתוח הדוחות הכספיים של החברות הציבוריות¹ בענף

החברות המשתתפות בניתוח: שטראוס גרופ, טמפו משקאות, גן שמואל, קרור, שמן תעשיות וזנלכל.

לוח 1- יחסים פיננסיים נבחרים של החברות הציבוריות בענף ייצור מזון ומשקאות - חציון החברות

	שולי רווח גולמי	שולי רווח תפעולי	יחס שוטף	יחס מהיר	הון עצמי למאזן	יחס כיסוי הריבית
2020-3	34.5%	14.2%	1.6	1.0	49.2%	9.9
2021-3	34.0%	14.7%	2.4	1.4	53.1%	2.1

מהשוואת היחסים הפיננסיים עולה כי במרבית היחסים שנבדקו חל שיפור בחציון של החברות בתחום המזון והמשקאות ברביע השלישי של 2021², ביחס לרביע המקביל בשנת 2020:

- במהלך תקופת ההשוואה הרווחיות של החברות הציבוריות הציגה מגמה מעורבת, מחד, שולי הרווח הגולמי נשחקו במעט, מה שעשוי לשקף את העלייה במחירי חומרי הגלם במהלך התקופה, ומאידך, הרווחיות התפעולית השתפרה במעט. יצוין כי שני יחסי הרווחיות מצויים ברמה גבוהה יחסית בהשוואה היסטורית (ראה/י תרשים 12).
- יחסי הנזילות, המעידים על היכולת של החברות לפרוע את התחייבויותיהן השוטפות באמצעות הנכסים השוטפים, התחזקו במהלך תקופת ההשוואה, והם מצויים ברמה גבוהה ביחס לעבר. את השמירה על נזילות גבוהה ניתן לייחס לאי הוודאות הגבוהה הנשקפת ממגפת הקורונה והשפעותיה האפשריות על הפעילות הכלכלית, בפרט בענף ייצור מזון ומשקאות שספג ירידה בביקושים במהלך שנת 2020, בעיקר בעקבות המגבלות על השוק המוסדי.
- האיתנות הפיננסית, הנמדדת, בין היתר, באמצעות יחס ההון העצמי למאזן, התחזקה. ולעומת זאת, כושר הפירעון, המשתקף מיחס כיסוי הריבית נחלש.



¹ חשוב להבהיר כי מרבית החברות הגדולות בענף הינן פרטיות.

² לשינוי בעיתוי של חגי תשרי עשויה להיות השפעה על היחסים המוצגים. בשנת 2021 כל חגי תשרי חלו בספטמבר ואילו ב-2020 החגים התחלקו בין ספטמבר לאוקטובר.