

## Tarneahel toimib terviklikult

Marika Merilai, Eesti Kaupmeeste Liit

Nii Eestis kui Euroopas on tänavu aktiivselt arutatud toidukaupade, sealhulgas piimaturu olukorda. Esiplaanile on nendes debattides tõusnud vajadus hinnauuringute järele. Täna on jõutud seisukohale, et hindade kujunemise korrektseks mõistmiseks on vaja enam kui lihtsalt jaehindade vaatlust. Probleemi tuumani jõudmiseks on vajalik selge arusaam hinna kujunemise mehhanismidest ja praktikatest kogu tarneahela ulatuses. Toiduturul kujunenud pingelise olukorra eest vastutuse panemine vaid ühele tarneahelas tegutsevale sektorile – jaekaubandusele, ei teeni äri ega tarbijate huve.

Toiduahelat tuleb käsitleda ühtse tervikuna. Jaekaubandus on viimane, kuid kõige nähtavam lüli selles ahelas, sest lõplik müügihind on näha just kaupluste riiulitel. Eestis on toiduga kauplevaid kauplusi majandustegevusregistri andmetel ligi 2700, millest 500 kuulub viie suurema jaekaubandusettevõtte kaupluste nimekirja.

Kaupmehed mõistavad hästi, et vähenenud ekspordi ja ületootmise tingimustes on suurenenud toidukaupade müügi soov siseturul. Samas on tarbija rahakott jäänud kõhnemaks, prognoosida võib rahalise olukorra halvenemist ja tarbimise piiramist ka järgneval aastal. Selle aasta müügi mahud toidukaupade jaekaubanduses on aastaga vähenenud 6 protsenti, septembris 9. Veelgi suurem langus on tabanud jaekaubandust tervikuna – 16-17 protsenti.

Jaemüük toidukauplustes selle aasta 9 kuuga moodustas 19,6 miljardit krooni, mis on 1,3 miljardi võrra väiksem kui eelmisel aastal samal ajaperioodil. Kasumist enam paljud jaemüügiettevõtted rääkida ei saa. Kogu jaekaubanduse kahjumiks oli tänavu I poolaastal Statistikaameti andmeil 188 miljonit krooni, millest toidukaupluste kahjum moodustas 66 miljonit krooni.

### Ostujõu langus ning tihenev konkurents langetavad hindu

Mis tahes toiduaine kaubanduslikuks tooteks vormimises on oma osa toiduainetööstustel. Nemad määravad toodete baashinnad, mille alusel kaupmehed koguste, tähtaegade jt tingimustega arvestades kujundavad oma hinnapoliitika. Põllult kahvlini ahelast on oma osa ka logistika- ja transpordifirmadel, teenusepakkujatel (reklaam, turva, kommunaalteenused) ja riigil.

Kui toidukauba keskmine hind võrdsustada 100 protsendiga, moodustab sellest käibemaks 16,6 protsenti, kauba sisseostuhind 67-68 ja jaemarginaal 15-16 protsenti. Toiduga kauplevate jaekaubandusettevõtete marginaalid on püsinud stabiilsed kui samal ajal toimuvad muudes valdkondades suured kõikumised. Just selliste võngete mõistmiseks ongi oluline vaadelda

tarneahelat tervikuna ja ka globaalses kontekstis. Ainult sel moel võib leida nii tootjaid kui ka tarneahela kõiki osapooli rahuldavaid turumehhanisme.

Tihedas konkurents is langesid tänavu Konjunktuuri-instituudi toidukorvi uuringu põhjal jaehinnad enamikel toidukaupadel. Piimatooted odavnesid septembrikuu näidetal aastaga 16,2 protsenti, aiasaadused 11,4 protsenti, teraviljasaadused 8,1 protsenti.

Kaasaegses supermarketis, kus kaupade nimetuste arv ületab 40000, on sortimendi ja kaupade lõpphinna kujundamine üheks võtmetähtsusega tegevuseks. Et pakkuda klientidele õiget toodet, õigel ajal ja õiges kohas parima hinnaga, peab jaemüüjate taga toimima tõrgeteta tarneahel. Kuid reaalsus seda paraku tihti ei võimalda, mis sunnibki jaemüüjaid oma riskide maandamiseks sortimendi nimetuste arvu vähendama.

### Kaupmehed soovivad tasakaalukat lähenemist

Tihe konkurents nii Eestis kui Euroopa toidukaupade turul sunnib turuosalisi suuremale koostööle ning infovahetusele. Pikemas perspektiiviks on vajalik leida tasakaal, mis võimaldaks toiduahela osapoolte arengut. Jaemüüjate vaheline tugev konkurents, mis väljendub suhteliselt väikeses või olematus kasumimarginaalis, on parimaks tagatiseks, et tarbijad saavad parima lahenduse.

Selle juures on aga toiduainete tarneahela uurimine nagu kellasepa töö, kus kella parandamisel tuleb kontrollida iga hammasratta toimimist teiste suhtes. Parimalgi kellasepal puudub võimalus kell taas tööle saada, kui tervikust on kõrvaldatud näiteks paar hammasratast.

Kaupmeeste Liit toetab igati tarneahelas kui nn “kellamehhanismis” hinnauuringute läbiviimist ja analüüsi, et objektiivselt hinnata ahela kõigi lülide toimimist ning vastastikke mõjutusi. Loodetavasti annavad sellistesse uuringutesse oma panuse kõik tarneahela osapooled. Kaupmehed on selleks valmis.

