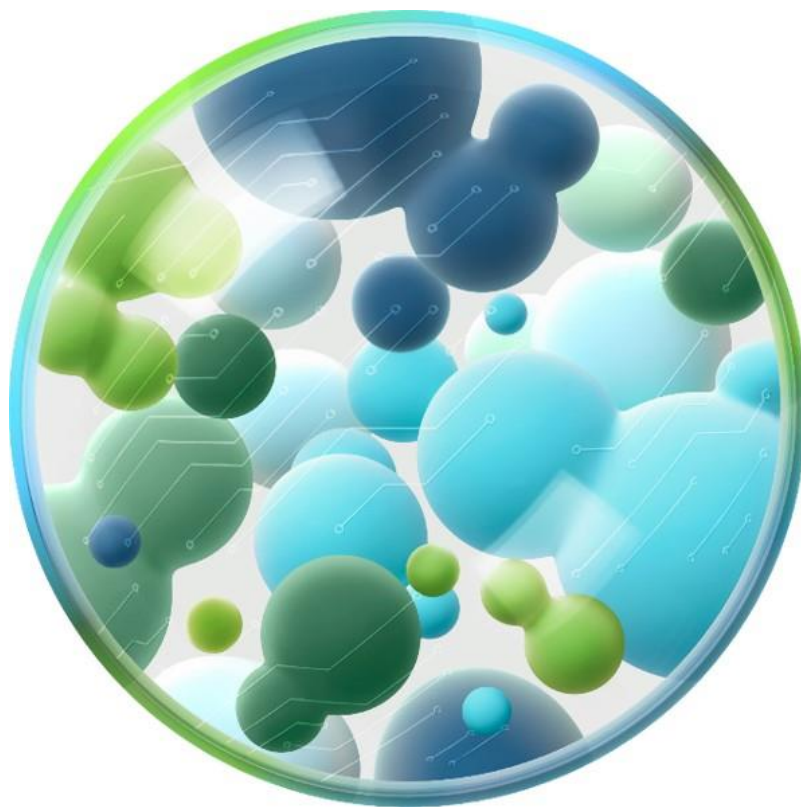




רשות ניירות ערך

דוח ריכוז ממצאי ביקורת רוחב בנושא רווח גולמי
בענף קמעונאות מזון

שלום לכולם,

רווח גולמי משקף את ההפרש בין הכנסות ממכירת מלאי מוצרים לבין 'עלות המכר' שלהם, ומהווה אחד המדדים התפעוליים המרכזיים והמשמעותיים ביותר להערכת תוצאותיהן העסקיות של חברות תעשייתיות ומסחריות. לפיכך, חשוב כי הסיווג החשבונאי של עלויות שיזקפו תחת סעיף 'עלות המכר' או תחת סעיפים אחרים בין הרווח הגולמי לבין הרווח התפעולי יבוצע בצורה נאותה שתואמת את כללי החשבונאות המקובלים.

לאור חשיבות הנושא, ערכה בשנה האחרונה יחידת הביקורת ממחלקת ביקורת ואכיפה, בשיתוף עם מחלקת תאגידים ברשות ניירות ערך ("סגל הרשות"), ביקורת רוחב במספר חברות ציבוריות ("חברות המדגם") בנושא רווח גולמי בענף קמעונאות המזון ("הענף") ופרסמה בעקבות כך ביום 27 בינואר 2025 דוח אשר מרכז סוגיות מרכזיות שעלו במסגרת הביקורת, במטרה לשקף לתאגידים את עמדות סגל הרשות בנוגע לסיווג, הצגה וגילוי של פרטים הנוגעים לרווח גולמי בענף, ולסייע בטיוב המידע המדווח בהתאם להוראות הדין.

על החברות ליישם את העמדות והממצאים המובאים בדוח זה ובכוונת סגל הרשות לבחון את יישומם על ידי החברות, במסגרת הדוחות הכספיים לשנת 2024.

להלן פירוט ממצאי הביקורת ועמדות הסגל ביחס אליהם:

1. ביאור הכנסות והצגת סך המחזור בקופה

- במסגרת הביקורת נמצא כי מחצית מחברות המדגם אשר מכירות בדוח רווח או הפסד בחלק מההכנסות שלהן על בסיס נטו, מציגות בנוסף במסגרת דוח הדירקטוריון או בפרק תיאור עסקי התאגיד גם את מחזור ההכנסות בקופה בניכוי הנחות וללא מע"מ. מאחר שבענף הקמעונאות ישנה שונות בהיקף העסקאות המוצגות ברוטו ונטו בין החברות, נתון סך מחזור ההכנסות בקופה מאפשר "מכנה משותף" והשוואה מהימנה של קצב הצמיחה הגולמי בין החברות בענף. לכן, סגל הרשות מעודד חברות לפרסם (מחוץ לדוחות הכספיים) את סך מחזור ההכנסות בקופה, במיוחד במקרים בהם סיווג ההכנסות משפיע על מדדים מרכזיים כמו שיעור רווחיות גולמית.
- במסגרת הביקורת נמצא כי חברות המדגם לא מבצעות פיצול של הכנסות בגין הכנסותיהן מזכיינים ובני רשות (הכנסות נטו) מהכנסותיהן מאחריים (הכנסות ברוטו). בהתאם להוראות IFRS 15 "הכנסות מחוזים עם לקוחות", חברה נדרשת לפצל הכנסות שהוכרו מחוזים עם לקוחות לקבוצות המתארות את האופן שבו המהות, הסכום, העיתוי וחוסר הוודאות של הכנסות ותזרימי מזומנים מושפעים מגורמים כלכליים. בהתאם, לעמדת הסגל, חזקה כי נדרש פיצול בין חוזים בהם החברה פועלת כספק עיקרי לבין חוזים בהם היא פועלת כסוכן בשל היותם חוזים מסוגים שונים.

2. הרחבת ביאור 'מדיניות חשבונאית' בנוגע לעלות המכר

במסגרת הביקורת נמצא כי חברות לא נתנו גילוי נאות במסגרת ביאור המדיניות החשבונאית בנוגע לעלויות המסווגות תחת 'עלות המכר'.

לעמדת סגל הרשות, לאור החשיבות הרבה של סעיף 'עלות המכר' בענף הקמעונאות, והשפעתו על ניתוח והבנת הרווח הגולמי והתוצאות התפעוליות של החברה, כדי לעמוד בדרישות IAS 1 "הצגת דוחות הכספיים" לגבי הגילוי שנדרש על המדיניות החשבונאית, על החברות להקפיד על הצגת ביאור מדויק ומפורט בנוגע לסעיף 'עלות המכר' במסגרת המדיניות החשבונאית שלהן. על ביאור זה לכלול הסבר ברור ומלא על הרכיבים שהחברה זוקפת לסעיף זה ועל השיקולים החשבונאיים המשפיעים על סיווג ההוצאות במסגרת סעיף זה.

3. הרחבת הגילוי של ביאור 'עלות המכר'

במסגרת הביקורת נמצא כי מחצית מחברות המדגם מציגות את סעיף 'עלות המכר' כסעיף מאוחד הכולל בתוכו מרכיבים שונים, ללא פירוט מספק של הרכיבים המהותיים.

לעמדת סגל הרשות, כדי להבטיח עמידה בדרישות הגילוי של IAS 1 ולהקל על משתמשי הדוחות הכספיים בהבנת רכיבי 'עלות המכר', על החברות להציג את כל הרכיבים המהותיים של סעיף זה, לרבות פירוט סכומים כמותיים עבור כל רכיב מהותי. כמו כן, על החברות לכלול במסגרת ביאור 'עלות המכר' פירוט ברור של סעיפי פחת, הפחתות והטבות לעובדים (שכר), בכפוף לכללי המהותיות. יצוין, כי ניתן לקבץ רכיבים לא מהותיים תחת פריט אחד בעת קביעת הרכיבים שיפורטו בסעיף 'עלות המכר', ובלבד שיינתן פירוט מילולי מלא על תכולת פריט זה. כמו כן, חברה לא רשאית לקבץ רכיבים מהותיים עם רכיבים נוספים בטענה כי אותם רכיבים אינם מהותיים יחסית ל'עלות המכר' או לרכיב המהותי עצמו.

4. סיווג הוצאות בעלות המכר

4.1. סיווג הוצאות בגין הובלות מהמרכזים הלוגיסטיים לסניפי החברה בעלות

המכר

במהלך הביקורת נמצא כי קיימת שונות בין החברות לגבי אופן סיווג עלויות ההובלה החיצונית והפנימיות מהמרכזים הלוגיסטיים לסניפים. כמחצית בלבד מחברות המדגם כוללות את עלויות ההובלה תחת 'עלות המכר', על אף שאלה עלויות הכרחיות להבאת המלאי למקום מכירתו בסניפים. בנוסף, נמצא כי חברה אחת סיווגה את עלויות ההובלה החיצונית תחת עלות המכר בעוד שאת עלויות ההובלה הפנימית סיווגה תחת 'מכירה ושיווק'.

לעמדת סגל הרשות, לאור הפרקטיקה המקובלת, שלפיה יש לכלול את עלות ההובלה לסניפים כחלק מעלות המכר, ראוי לכלול את כל עלויות ההובלה לסניפים כחלק מגישה זו אשר משקפת את העלויות ההכרחיות הכרוכות בהבאת המלאי לכדי מכירתו. חברות שאינן מסווגות את עלויות ההובלה בדרך זו, אינן פועלות בהתאם לפרקטיקה המקובלת, והן נדרשות לספק גילוי מלא ומפורט במסגרת דוחותיהן הכספיים, ולהבהיר את הטעמים לבחירתן לסטות מסיווג זה. כמו כן, סגל הרשות מדגיש כי יש לסווג את כלל עלויות ההובלה, לרבות הובלה חיצונית ופנימית, בצורה דומה.

4.2. סיווג הוצאות בגין המרכזים הלוגיסטיים או המחסנים בעלות המכר

במהלך הביקורת נמצא כי מחצית מחברות המדגם מסווגות את עלויות המרכזים הלוגיסטיים והמחסנים שבהם מאוחסנים מוצרים במסגרת 'עלות המכר' מאחר שלטענתן מדובר בעלויות ישירות הנדרשות לתפעול ותחזוקת המרכזים הלוגיסטיים ולהבאת המלאי לנקודת המכירה בסניפים. לצד זאת, אף חברה לא כללה במסגרת 'עלות המכר' את עלויות המחסנים הצמודים לסניפים, שכן עלויות אלה במהותן קשורות לנקודת המכירה עצמה ומשך נאות יותר לזקוף אותן ל'עלויות מכירה ושיווק'. באופן דומה, גם עלויות הסניפים לא סווגו במסגרת 'עלות המכר'.

לעמדת סגל הרשות, לאור השונות שנמצאה במהלך הביקורת והעדר פרקטיקה מקובלת, על חברות אשר בחרו לסווג עלויות אלו כחלק מעלות המכר, להקפיד להפריד מרכיב ה'קניות' ובמידת הצורך ובהתאם למהותיות, להציג אותן בנפרד (במסגרת ביאור עלות המכר).

סיווג הוצאות בגין שכר עובדי הסדרנות בסניפים בעלות המכר

במהלך הביקורת נמצא כי מחצית מחברות המדגם מסווגות את עלויות השכר של עובדי הסדרנות של החברה במסגרת 'עלות המכר', מאחר

שלטענען סידור המוצרים על המדפים מהווה חלק בלתי נפרד מהכנת המלאי למכירתו ומהווה המשך טבעי לתהליך ההובלה שבסיומו מגיעים המוצרים לנקודת המכירה. לעמדת סגל הרשות, לאור השונות בפרקטיקה, ניתן לסווג את עלויות עובדי הסדרנות במסגרת 'עלות המכר', אם ניתן לאמוד אותן בנפרד באופן מהימן מכלל עלויות עובדי הסניפים. במקרה זה, נדרש ליישם את האמור לעיל בקשר לעלות מרכזים לוגיסטיים.

4.3. סיווג הוצאות שונות בגין פעילות אונליין

4.3.1. סיווג הוצאות בגין אתר האינטרנט

במהלך הביקורת נמצא כי חברה אחת בחרה לסווג חלק מעלויות אתר האינטרנט במסגרת 'עלות המכר', על אף שאתר האינטרנט פועל כערוץ מכירה שיווקי המיועד למכירת מוצרים ("סניף וירטואלי"), פרסום והשגת לקוחות חדשים ואינו כלי המשפיע ישירות על תהליך הייצור או הבאת המלאי לנקודת המכירה. לעמדת סגל הרשות, יש לסווג את העלויות הנובעות מאתר האינטרנט במסגרת הוצאות 'מכירה ושיווק', בדומה לכך שעלויות תפעול ותחזוקה של סניפים פיזיים נזקפות להוצאות 'מכירה ושיווק'.

4.3.2. סיווג הוצאות בגין סניפים היברידיים ומרכזי שילוח

במחצית מחברות המדגם, פעילות האונליין מתבצעת באמצעות שני סניפים מקבילים: הפצה מתוך סניפים פיזיים ("סניפים היברידיים") והפצה מתוך סניפים ייעודיים לפעילות אונליין ("מרכזי שילוח"). במהלך הביקורת נמצא כי חברה אחת בחרה לסווג את הוצאות מרכזי השילוח במסגרת 'עלות המכר' בטענה שהמוצרים במרכזי השילוח אינם נגישים ללקוח הסופי, ולכן טרם הגיעו למיקומם הנוכחי כנדרש ב-2 IAS, אולם את הוצאות הסניפים ההיברידיים בחרה לסווג תחת מכירה ושיווק, למרות שמרכזי השילוח מהווים, למעשה, חלופה לסניפים ההיברידיים ובשניהם המוצרים אינם נגישים ללקוח האונליין הסופי. יצוין, כי אף חברה לא סיווגה את הוצאות הסניפים ההיברידיים תחת 'עלות המכר'.

לעמדת סגל הרשות, ראוי לאמץ גישה עקבית ואחידה לסיווג ההוצאות בגין הסניפים הפיזיים, הסניפים ההיברידיים ומרכזי השילוח. גישה זו מבטיחה השוואה נאותה בין שיעורי הרווחיות הגולמית של ערוצי המכירה הפיזיים והמקוונים, בין סוגי ערוצי האונליין ובין חברות שאין להן מרכזי שילוח. לפיכך, סביר כי הוצאות הקשורות למרכזי השילוח, כגון שכר דירה, פחת, ארנונה ושכר עובדים, יסווגו תחת הוצאות 'מכירה ושיווק'.

הביקורת העלתה כי סיווג הוצאות מרכזי השילוח במסגרת 'עלות המכר' היא פרקטיקה חריגה לענף. לכן, חברות אשר תבחרנה, בכפוף לשיקול דעתן, לאמץ גישה זו, תידרשנה להסביר במסגרת ביאור המדיניות החשבונאית את סיבת סיווג הוצאות מרכזי השילוח במסגרת 'עלות המכר', ולהקפיד להפריד מרכיב ה'קניית' ובמידת הצורך ובהתאם למהותיות, להציג אותן בנפרד (במסגרת ביאור עלות המכר).

עלויות ליקוט ומשלוחים

במסגרת הביקורת נמצא כי חברה אחת סיווגה את כל עלויות הליקוט תחת 'עלות המכר' מכיוון שלעמדתה, המוצרים אינם זמינים למכירה בעת

בחירתם באתר אלא רק לאחר תיאום מוצרים תחליפיים המתבצע בסיום הליקוט. מנגד, יתר החברות סיווגו את עלויות הליקוט במסגרת הוצאות 'מכירה ושיווק' מכיוון שלעמדתן, פעילות הליקוט מהווה תחליף לפעולת הלקוח בסניף.

כמו כן, נמצא כי מחצית מחברות המדגם מסווגות את עלות המשלוחים ללקוח במסגרת 'עלות המכר'. לטענתן, מאחר שהלקוח משלם בנפרד עבור המשלוח, ההוצאה בגינו צריכה להתבטא בהגדלת 'עלות המכר'. בנוסף, לטענתן המשלוח מייצר נקודת מכירה סופית חדשה – בית הלקוח, מאחר שהמוצרים זמינים ללקוח רק בעת המסירה. לעומת זאת, ישנן חברות הטוענות כי המשלוח הוא תחליף להגעת הלקוח לסניף ואינו חלק מהעלויות להבאת המלאי לנקודת המכירה, ולכן יש לסווג כהוצאות 'מכירה ושיווק'.

לעמדת סגל הרשות, מאחר שלא קיימת פרקטיקה מקובלת בנושא סיווג עלויות הליקוט והמשלוחים, על כל חברה להקפיד לכלול גילוי ברור בנוגע למדיניותה החשבונאית בנושא. חברה אשר בחרה לכלול עלויות אלה ב'עלות המכר', עליה להקפיד להפרידן ממרכיב ה'קניית' ובמידת הצורך ובהתאם למהותיות, להציג אותן בנפרד (במסגרת ביאור עלות המכר).

לקריאת הדוח באתר רשות ניירות ערך – לחצו כאן

בברכה,

רו"ח גיא טביביאן,

שותף, ראש המחלקה המקצועית
Deloitte

למידע ופרטים נוספים:

רו"ח יוסי אביאן, דירקטור במחלקה המקצועית, Deloitte, טל': 03-6085204
רו"ח שמעון זוארץ, דירקטור במחלקה המקצועית, Deloitte, טל': 03-6085562
רו"ח דורית קסב, מנהלת בכירה במחלקה המקצועית, Deloitte, טל': 03-7181811
רו"ח יקרת שבח, מנהלת בכירה במחלקה המקצועית, Deloitte, טל': 03-6085461
רו"ח מאיה הראל, מנהלת בכירה במחלקה המקצועית, Deloitte, טל': 073-3994542



www.deloitte.co.il

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, a UK private company limited by guarantee ("DTTL"), its network of member firms, and their related entities. DTTL and each of its member firms are legally separate and independent entities. DTTL (also referred to as "Deloitte Global") does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about for a more detailed description of DTTL and its member firms.

Deloitte Israel & Co. is a firm in the Deloitte Global Network. Deloitte Israel Group is a leading professional services firm, providing a wide range of world-class audit, tax, consulting, financial advisory and trust services. The firm serves private and publicly traded companies, domestic and international clients, public institutions and promising fast-growth companies whose shares are traded on the Israeli, US, European and foreign capital markets.

Deloitte Israel Group - ©2025 Brightman Almagor Zohar & Co. A firm in the Deloitte Global Network.