

שבתאי סימון: "נמאס לנו מהטרור של רשתות השיווק"

08.4.2007 | 10:36 **טלי חרות-סובר**

המושבניק שבתאי סימון הגיע אל ענף הדבש לפני כ-30 שנה, אחרי שאשתו הטילה וטו על אופנוע. "היה לי סכום כסף לא גדול", הוא מספר, "והצעתי אחד מהשניים: לקנות אופנוע או לקנות כוורות. הייתי משוכנע שהתשובה תהיה 'דבורים? זה מפחיד', אלא שהיא, מסתבר, הפתיעה".

באותה תקופה היו בישראל מעט דבוראים (אז הם נקראו כוורנים) וסודות המקצוע נותרו עמוק במכוורת. "להוציא ספר אחד שנכתב בשנות ה-30 אי אפשר היה ללמוד את הנושא, שעבר מאב לבן", מספר סימון. את סגר המידע פרץ בעזרת חשיבה יצירתית: "הצעתי לשני מגדלי דבורים לעבוד בחינם תמורת תשובות לשאלות שאשאל", הוא מספר. שנתיים עבד במכוורת במקביל ללימודיו לתואר הנדסאי מכונות חקלאיות והבין שהדבש הוא המקצוע שלו.

השנה היתה '76, סימון אסף את 2,000 הלירות שהיו ברשותו וקנה את עשר הכוורות הראשונות. "תוך חודש רדיתי את כל הדבש, מכרתי את 300 הקילו במלואם, כיסיתי את ההשקעה ונותרתי ברווח", הוא מספר. ההתחלה הטובה עודדה את הזוג הצעיר, שהחליט להשקיע עוד ועוד בתחום. המכוורת הלכה וגדלה, את התוצרת מכרו בחביות למשווקים הגדולים ואורנה השלימה הכנסה כמדריכת תיירים. "החיים", מעידים בני הזוג, "היו רגועים וטובים, והפרנסה בשפע".

אין שטחים, אין עובדים, אין רווחים

ב-2000 הגיע המשבר. האינתיפדה חיסלה את התיירות וגם הדבוראים כבר לא ליקקו דבש. "החקלאות הולכת ונעלמת וזה מזיק מאוד לענף מכיוון שדבורים זקוקות לפרחים", מספר סימון. "מצד אחד הפרדסים הולכים ומצטמצמים ומצד שני שטחים פתוחים שבעבר נתנו שפע פריחה הופכים לשטחי מרעה והבקר מחסל כל חלקה טובה. היום אני נאלץ לנדוד עם הכוורות לנגב ולחפש בנרות שטחים פתוחים ברמת הגולן כדי להתפרנס".



ייצור ושיווק שנתי: כ-3,600 טון
גודל השוק: כ-120 מיליון שקל בשנה
מגדלי דבורים: כ-450 מגדלים מסחריים
כ-100 הצריכה לנפש בישראל: כחצי ק"ג בשנה
יבוא דבש מארה"ב ואירופה: 10% - בשנות מחסור בלבד

ענף הדבש בישראל

כוח האדם הוא בעיה נוספת. "אף אחד לא רוצה לעבוד במקצוע הזה", אומר סימון, "זו עבודה פיסית קשה בתנאי שטח, תהליך הלימוד כרוך בלא מעט עקיצות וצריך לאהוב את זה מאוד כדי להישאר בתחום".

ישראלים, כמה צפוי, לא נענים לתחנוני הדבוראים שמפזרים

דרישות לעובדים בכל לשכת עבודה. המדינה, מצדה, מקשה על העסקת עובדים זרים. "אני נלחם על העסקת שני תאילנדים כדי לקיים את המכוורת", מספר סימון, "ובימים לחוצים מתגייסת כל המשפחה, אמא, אבא ושלושה ילדים מבוגרים, כדי לא לקרוס".

לשמחתו של סימון החליטה הבת יערה ללכת בדרכו והיום היא דבוראית לכל דבר. "נולדתי לתוך המשק", היא מספרת בחיך, "ולא אשכח איך לא נתנו לי לצאת ממחסן הדבש עד שלמדתי את לוח הכפל. מסביב זימזמו דבורים ואני שיננתי ארבע כפול ארבע בעל פה".

בנוסף על כוח העבודה המועט, מרחפת - לפי הדבוראים - בעיה משמעותית בהרבה: "מחירי הדבש לא עלו באופן משמעותי בשבע השנים האחרונות", מאשים סימון, "ורשתות השיווק משחקות בנו. מכיוון שהן משווקות כמעט את כל כמות הדבש יש להן כוח עצום בקביעת המחיר, הן לצרכן והן למשווק או למגדל. התחרות בין הרשתות גדולה, הן לא רוצות להעלות מחירים כדי להישאר תחרותיות ומגלגלות עלינו מחירי מבצעים או מקפיאות את המחיר במשך שנים".

"מצד שני", ממשיך סימון, "עולות הוצאות הייצור: החיפוש אחרי השטחים שבהם ניתן להניח את הכוורות גובה הרבה מאוד הוצאות דלק, מגיעות לישראל יותר מחלות שעלות הטיפול בהן גבוהה, מחיר העבודה עולה מכיוון שתאילנדים עולים יותר מפלשתינאים שכבר לא מגיעים, ועל הכל מאפילה מכת גניבת הכוורות שאיש לא מטפל בה, והמשטרה עומדת חסרת אונים. מכיוון ששום חברת ביטוח לא תעלה בדעתה לבטח כוורת, גניבה כזו יוצאת ישירות מן הכיס ואין פיצוי". בתחילת שנות ה-2000 נגנבו למשק כ-500 כוורות בתוך שנתיים.

לו היה מחיר הדבש מפוקח כבעבר או אפילו מסובסד, היו הדבוראים נושמים לרווחה: "בארה"ב מסבסדים מגדלי דבורים ובקליפורניה אי אפשר לטעת מטע שקדים בלי שיש חוזה חתום עם מגדל שיניח כוורות ויאפשר לדבורים לאבק את העצים", מתלונן סימון, "רק בישראל המחיר למגדל הוא בגדר המלצה, וכל גורם אפשרי רק מקשה עלינו את החיים".

אנחנו אנשים שרוטים

ב-2001 הבין הזוג סימון כי קשיי המכורות ואובדן המשכורת השנייה בשל מחסור בתיירים, מחייבים חשיבה מחודשת. "אמרתי לעצמי שלא ייתכן שנעבוד כמו חמורים ולא נרוויח כראוי", מספרת אורנה סימון, "חשבנו על הדרך הנכונה למכור את התוצרת בעצמנו ולחסוך את המתווכים, מתוך הבנה שטרנד הבריאות והחיפוש אחרי מוצרי גורמה ייחודיים יכול לעבוד לטובתנו. אחרי שיחות ארוכות החלטנו לצאת מהמרוץ המטורף ולהקים את הפינה שלנו, שבה נוכל למכור דבש כמו שאנחנו רוצים".

רבע מיליון שקל עלתה הקמת בוטיק הדבש בכפר סירקין. הוא החל לפעול ב-2002, ממוקם בבקתת עץ קטנה בניחוח אירופי הממוקמת בחצר המשק. הביקור בבקתה מגלה עשרה סוגי דבש שונים, שביניהם גם דבש אורגני, וכן מוצרים נלווים כמו ליקר דבש, חלות דבש, נרות, קוסמטיקה ועוד, כולם מיוצרים מהדבש של משפחת סימון.

"בחול"ל זה מאוד מקובל", מסבירה אורנה סימון, "אנשים מסתובבים בדרכים ועוצרים לטעימות. יש מקומות עם יין או גבינות ויש מקומות שמוכרים בהם דבש. בישראל כבר ניתן למצוא הרבה מאוד חוות שמוכרות שמן זית או יקבים שבהם ניתן לטעום יין, אבל הדבש אף פעם לא הגיע למקום הזה. לישראלים נדמה שדבש טהור הוא צלול ונוזלי (טעות) ורק בשנים האחרונות התחילו להבין שיש הבדל משמעותי בין סוגי הדבש השונים ומתחילים לחפש אותם. מבחינה זו אנחנו מסייעים לחינוך הקהל".

היום מגלגל הבוטיק חצי מיליון שקל בשנה ומוכר מחצית מתוצרת המכורות. בכל שנה גדל המחזור ב-20%-30% והחזון הוא מכירת תוצרת הדבש כולה בחצר הקדמית של הבית.

אתם לא נמצאים על אם הדרך, למה שיטרחו ויבואו עד אליכם?

אורנה סימון: "כי אנשים מחפשים היום חוויית קנייה. ברגע שהמוצרים ייחודיים ואיכותיים, ניתן לטעום דברים חדשים והשירות טוב, אנשים מגיעים. אנחנו לא חזקים בשיווק אבל לומדים את הנושא בתנועה. לקוחות שומעים עלינו מפה לאוזן, נכנסים לאתר, קוראים בעיתונים ומגיעים". מחיר קנייה ממוצעת בבוטיק: 100 שקל לאדם.

למה אתם מוכרים אך ורק מוצרי דבש?

שבתאי סימון: "כי יש לנו כמה שריטות. יכולנו לפתוח פה חנות כפרית, להוסיף קצת גבינות, יין ושמן זית אבל אנחנו אנשי דבש. אולי אנחנו יורים לעצמנו ברגל, אבל אנחנו מתעקשים להגדיל את הסל הייחודי שלנו רק תוך שמירה קפדנית על תחום המומחיות".

אבל אם הייתם פותחים פה בית קפה כמות האנשים היתה כפולה. אורנה סימון: "נכון, אבל לא נעשה את זה כי זה לא קשור ישירות לדבש. מדי פעם אני נזכרת ביועצת של מט"י שפגשנו קצת אחרי שהקמנו את הבוטיק. היא אמרה לנו: 'זה עסק מת שלעולם לא יצליח', ואכן בימים הראשונים לא נכנס לפה כלב, שלא לדבר על בני אדם. הזמן חלף, ובעבודה קשה הוכחנו שהדרך שלנו היא הנכונה".

מה הטיפ שלכם ליזמים שבתחילת הדרך?

אורנה סימון: "אמונה עצמית, מוצר ייחודי ומשפחה תומכת הם מרכיבים חיוניים להצלחה".

נוח לעבוד בעסק משפחתי כל כך צפוף?

שבתאי סימון: "בסך הכל אנחנו מאוד גאים בתוצרי העבודה המשותפת שלנו, אבל לפעמים שלושתנו יושבים ב'ארוחות סגל' וקורה שאנחנו שוחטים אחד את השני. אחר כך מגיע הלילה, ואני הולך לישון עם האויב".

מה קורה לענף הדבש בישראל?

שחר טנא, מנכ"ל מועצת הדבש, מסכים כי כל העלאת מחירים היא דרך משא ומתן קשה ומורכב: "כמו בכל תחום המזון, גם כאן הספקים חלשים מאוד מול הרשתות", הוא אומר, "המערכות הקמעוניות חזקות ומתוחכמות, ולכל רשת יש היום פרייבט לייבל. ניקח לדוגמה את ראש השנה, המכירה הראשונה אחרי תקופת הרדייה. למגדל היו המון הוצאות ומעט הכנסות, והוא מגיע לתקופה הזו חנוק לגמרי וחייב למכור. יש לו 100% תוצרת אך רק 50% ביקוש כי השוק מוגבל. אף מגדל לא יחמיץ את ההזדמנות והרשתות יודעות את זה ולוחצות על הורדות מחירים. אם אחד לא ייתן מחיר נמוך - ייתן אותו השני".

האם נכון כי מחיר הדבש למגדל לא עלה כבר כמה שנים?

"זה לא מדויק. המחיר למגדל עלה בשנים האחרונות מ-14 שקל לקילו דבש גולמי ל-16 שקל לקילו. המחיר לצרכן עלה להערכתי ב-10%-5%, אבל לא מדובר בהכרח במחיר ריאלי מכיוון שאנשי הענף צריכים לסבסד מבצעים שהרשתות מחליטות עליהם מבלי להתייעץ, או שאנשי הענף מממנים את הרשת כשמקבלים תשלום בשוטף+90".

איך מתגברים על מצב כזה?

"עליית מחירים נוצרת רק בעקבות חדשנות. הכנסת מוצר חדש היא טריגר לקבלת מחיר טוב יותר. מסיבה זו ואחרות אנחנו מעודדים דבוראים לפתח סוגי דבש שונים. הדבש הישראלי צריך להיות מוצר פרימיום שימשוך חובבי דבש ייחודי שיסכימו לשלם בעדו מחיר גבוה יותר. במקביל, תמיד יהיה דבש סטנדרטי על המדפים. מכורות אורגניות, זניות ובוטיקי דבש מקדמים מאוד

את התהליך".

ייצור דבש בישראל הוא ענף יציב או שהקשיים יגרמו לו לעבור מן העולם בעתיד?

"ייצור הדבש בישראל יציב כרגע מכיוון שיש כל הזמן נטיעות חדשות. מגדלי הדבורים בעצמם שותלים 100,000 שתילים בשנה, כל אחד בשטחו, וגם הקרן הקיימת לישראל תומכת בנו בנושא הזה. חשוב לזכור כי לנו ולמדינה יש אינטרס מובהק לשיתוף פעולה במטרה לשמר את הריאות הירוקות.

"אנחנו פועלים להפיכת אזורי חקלאות נטושים ליער משקי שמייצר צוף. באזורים האלה צריך לשתול זני אקליפטוס, שיזף, חרוב, שקד וצמחי תבלין. אין צורך בטיפול מתמשך, המדינה זוכה בשטח ירוק ויפה לעין והדבוראים יכולים להתפרנס. הייתי שמח אם המדינה תשקיע בפרויקט הזה כדי לשמור על יציבות הענף גם בעתיד הרחוק".

nihul-yazam@themarker.com