

FINANCIËLE RELATIES IN DE MELKVEEHOUDERIJ

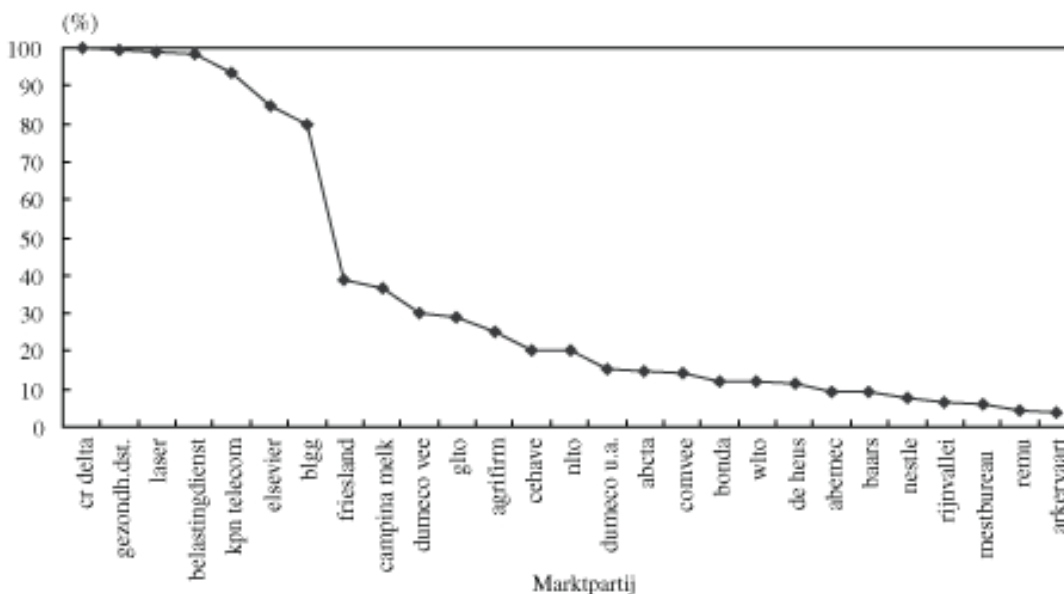
[Hans Vrolijk](#) (070-3358247) en [Krijn Poppe](#) (070-3358313)

Vraaggestuurde ketens worden in de agrarische sector steeds belangrijker, net als het inzicht in productstromen (tracing and tracking). Vandaar dat bij de vernieuwing van het Bedrijven-Informatienet van het LEI (het Informatienet) de automatiseringssystemen zo is in gericht dat er meer inzicht ontstaat in bedrijven waarmee boeren en tuinders zaken doen. Een zeer actueel inzicht daarin is mogelijk omdat de meeste deelnemers in het Informatienet aan het LEI toestemming geven om maandelijks de telebankiergegevens af te tappen, waaruit de boekhouding wordt samengesteld. Deze girale betalingen, de interpretatie van de aard van deze betalingen, en aanvullende kenmerken van het bedrijf vormen de basis voor het vaststellen van bedrijfseconomische kengetallen van het bedrijf. Omdat van deze girale betalingen ook de ketenpartij bekend is, biedt deze informatie nieuwe mogelijkheden voor onderzoek en beleid, zoals blijkt uit dit voorbeeld voor de melkveehouderij.

Belangrijke marktpartijen

Het functioneren van een agrarisch bedrijf is afhankelijk van de samenwerking met verschillende marktpartijen. Zo zal een melkveehouder veevoer afnemen van de veevoederindustrie, melk leveren aan de zuivelindustrie, wellicht een lening afsluiten bij een bank, lid zijn van diverse belangenorganisaties en diverse verzekeringen hebben om risico's af te dekken. Deze relaties met marktpartijen komen ook tot uitdrukking in de financiële stromen en de girale betalingen. Het aantal girale betalingen (bij- en afschrijvingen) op een melkveehouderijbedrijf varieert van 400 tot 700 betalingen per jaar, met uitschieters tot meer dan 1.200 betalingen per jaar. Het aantal betalingen hangt significant samen met de economische omvang van het bedrijf: als een bedrijf groter is, worden er niet alleen grotere bedragen betaald, er wordt ook vaker betaald.

In figuur 1 is het aandeel melkveebedrijven weergegeven dat een financiële relatie heeft met enkele belangrijke marktpartijen in de melkveehouderij. Relaties met banken, accountantskantoren en verzekeringsmaatschappijen zijn niet in de figuur opgenomen. Zoals verwacht mag worden hebben de meeste melkveehouders een financiële relatie met CR Delta, Laser en de Gezondheidsdienst voor Dieren. Ook hebben de meeste melkveehouders een financiële relatie met KPN en Elsevier uitgevers (vakbladen).

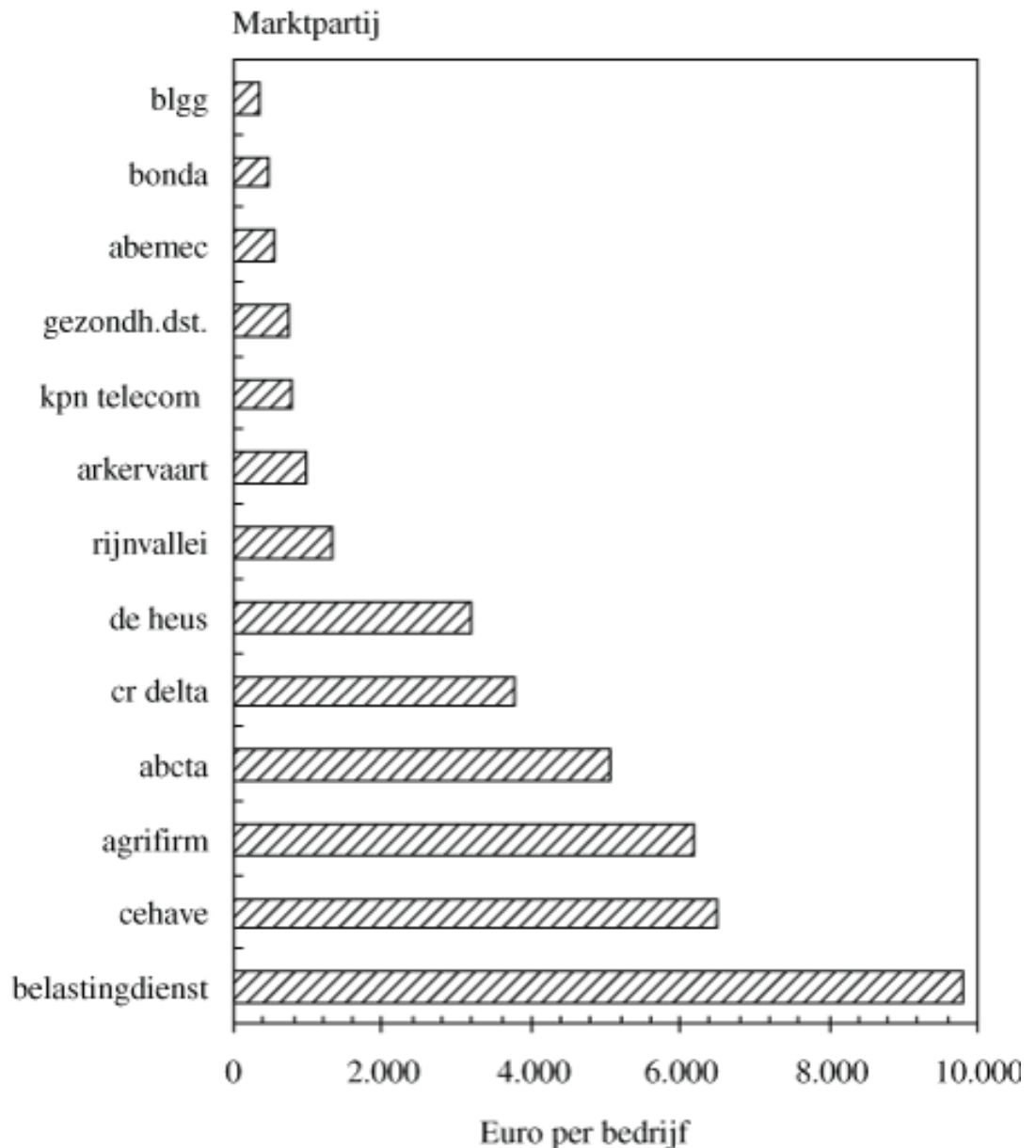


Figuur 1 Frequentie van financiële relaties van marktpartijen (2001)

In figuur 2 is het economisch belang weergegeven van de belangrijkste partijen naar wie overschrijvingen hebben plaatsgevonden. Van de geselecteerde marktpartijen (die niet allemaal in de figuur zijn opgenomen, maar gezamenlijk goed zijn voor gemiddeld bijna 45.000 euro per bedrijf aan overschrijvingen) zijn de belastingdienst en de voerleveranciers de grootste ontvangers van boerengeld. Bij de belastingdienst moet overigens wel worden vermeld dat er niet alleen afschrijvingen zijn (gemiddeld 10.000 euro per bedrijf), maar ook bijschrijvingen (6.000 euro per bedrijf). De regionale LTO-organisaties zorgen wel voor veel relaties, maar de betaalde bedragen zijn relatief gering.

Aan de kant van de girale ontvangsten zijn de melkverwerkende industrieën veruit de belangrijkste partijen. Maar

ook Dumeco, de belastingdienst en LASER zorgen voor substantiële bijschrijvingen.



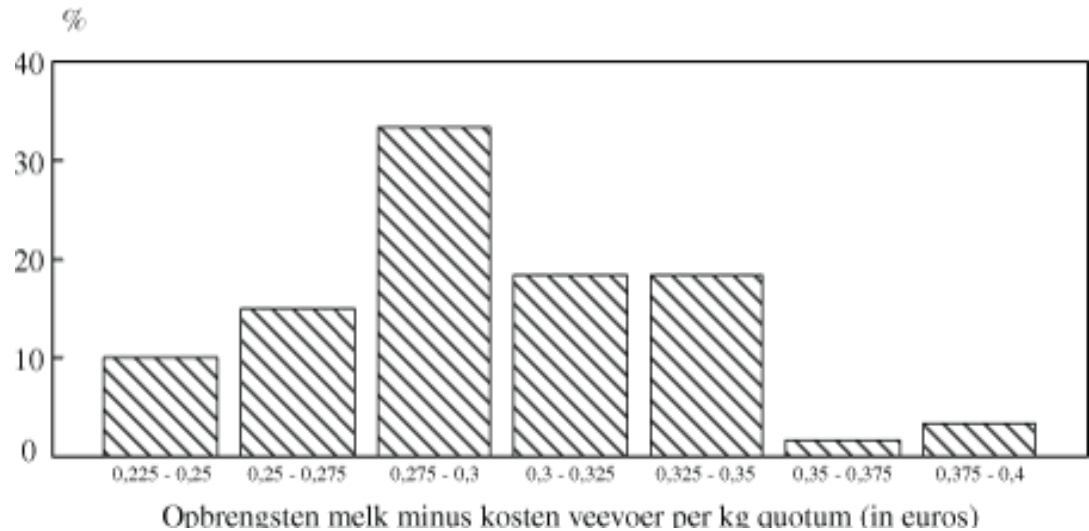
Figuur 2 Gemiddelde girale uitgaven van melkveebedrijven aan enkele belangrijke marktpartijen (2001, euro per bedrijf)

De financiële relaties

Hierboven is een beeld geschetst van het belang van de marktpartijen, in marketing termen: de marktpenetratie. Omgekeerd kan er ook onderzocht worden in welke ketens en netwerken een melkveehouder betrokken is. Zo zou de vraag beantwoord kunnen worden welk percentage leveranciers aan Campina zijn veevoer van meerdere toeleveranciers (en welke) betreft. Rond kennismanagement en innovatie kan onderzocht worden of er een verband is tussen de afgeleverde melkkwaliteit en aankoop van advies of gebruik maken van bepaalde toeleveranciers. Op dit moment is het nog lastig precies aan te geven met hoeveel marktpartijen een melkveehouder een relatie onderhoudt. Tot nu toe worden alleen de belangrijke marktpartijen individueel geregistreerd. De overige partijen worden samengenomen in één groep.

Voor figuur 3 zijn bedrijven geselecteerd die leveren aan Campina of FCDF, en waar de melkontvangsten ten minste twee derde van de totale ontvangsten uitmaken (omdat anders een vertekening ontstaat als gevolg van voeraankopen voor andere dieren dan melkvee). Bij deze bedrijven zijn de ontvangsten voor melk verminderd met betalingen aan voerleveranciers. Hiertoe zijn betalingen geselecteerd naar marktpartijen die bekend staan als voerfirma (bijvoorbeeld Agrifirm). De betalingen kunnen natuurlijk ook betrekking hebben op bijvoorbeeld kunstmest aankopen. Dit saldo ('cashflow zuivelondernemingen minus voerleveranciers') is vervolgens uitgedrukt per kilogram melkquotum. In de figuur is de verdeling van bedrijven naar dit saldo weergegeven. Het gemiddelde

saldo bedraagt circa 30 eurocent, maar er zijn grote verschillen tussen bedrijven. De kracht van dit kengetal zit niet zozeer in de definitie, maar in het feit dat het elke maand uit de telebankiergegevens, zonder tussenkomst van een boekhouder, kan worden berekend. Daardoor ontstaat veel sneller inzicht in de ontwikkelingen van de operationele cashflow.



Figuur 3 Verdeling van melkveebedrijven naar het saldo 'cashflow zuivelondernemingen minus voerleveranciers', 2001

Conclusie

In dit artikel is een eerste aanzet gegeven voor het gebruik van nieuwe informatie omtrent financiële relaties van agrariërs. De hier getoonde gegevens zijn puur beschrijvend. Er is een overzicht gegeven van de marktpartijen die relevant zijn voor de melkveehouders. Tevens is het economisch belang van deze marktpartijen grafisch weergegeven. Voor de melkveehouders zijn de totale girale ontvangsten vergeleken met de totale girale uitgaven. De gegevens bieden echter veel meer mogelijkheden. Zo zou men na kunnen gaan welke agrariërs kiezen voor welke marktpartijen, of het hebben van een relatie met een bepaalde marktpartij invloed heeft op het succes van het bedrijf, wat de marktaandelen zijn van bepaalde marktpartijen en welke segmenten in de markt te onderscheiden zijn. Dit zijn slechts enkele voorbeelden van de mogelijkheden van de nieuw beschikbare gegevens omtrent de financiële relaties van agrariërs.