

תוכן עניינים

3
4 סקירת הענף
7 סקירת החברה
10 ניתוח S.W.O.T
11 סקירה על החברה להשוואה
12 ניתוח המצב הכספי (מאזן)
15 ניתוח דוח רווח והפסד
17 ניתוח דוח תזרים המזומנים
19 יחסים פיננסיים
22 סיכום הניתוח הפ מבוא יננסי
23 הערכת שווי חברת פרשמרקט
30 סיכום העבודה
31 ביבליוגרפיה

מבוא

בעבודה שלפנינו ביצענו ניתוח פיננסי והערכת שווי של חברת פרשמרקט בע"מ. העבודה מורכבת מכמה פרקים עיקריים, להלן תמצית וממצאים עיקריים מכל פרק ופרק:

סקירת ענף הקמעונאות והחברה – ענף הקמעונאות בישראל מאופיין בתחרות עזה הן מצד השחקנים הגדולים כגון פרשמרקט והן מצד מכולות שכונתיות אשר אף הן מתחרות על נתח שוק הצרכנים בישראל. הניתוח ברמת החברה מצביע על חברה ותיקה בתחום שמנוהלת ע"י שני המייסדים שלה אשר מעורבים בניהול החברה וזה סוד הצלחתה וצמיחתה לאורך השנים מה שהביא אותה להיות מודרגת במקום השמיני מבין קמעונאיות המזון המובילות בישראל.

ניתוח SWOT – בניתוח חוזקות, חולשות, הזדמנויות ואיומים ראינו כי מדובר בחברה שיש לה לא מעט חוזקות, החל מהגודל של החברה הבא לידי ביטוי בפריסה ארצית של סניפיה אשר ממוקמים בערים מובילות ועד להיקף הכנסותיה שנאמד בכ 3 מיליארד ₪ לשנת 2020 (אומדן). יחד עם זאת, ראינו גם כי ישנן איומים על החברה שבאים לידי ביטוי הן בתלותה בספק עיקרי בתחום החלב (תנובה). כמו כן, הניתוח הראה כי עומדת בפני החברה הזדמנויות לצמוח בעתיד וזאת אם החברה תשכיל לבנות מערך אפקטיבי של מכירות און ליין.

ניתוח המצב הכספי – הניתוח מראה כי מדובר בחברה איתנה מבחינה פיננסית, אם כי יחסי הנזילות בחברה מצביעים על חברה שיכולה להיווצר לה בעיית נזילות בטווח הקצר היות ויחסי הנזילות של החברה היו נמוכים מ-1. כנ"ל אותה מסקנה לגבי החברה להשוואה שיש לה יחסי נזילות כמעט זהים לחברת פרשמרקט.

ניתוח רווח והפסד – הניתוח מצביע על חברה שהינה רווחית לאורך השנים ואף בהשוואה לחברת יוחננוף מדובר בחברה שהינה יותר רווחית.

ניתוח דוח תזרים המזומנים – השורה התחתונה מניתוח דוח תזרים המזומנים מראה כי מדובר בחברה אשר מציירת תזרים חיובי מפעילות שוטפת וזאת בצורה עקבית לאורך השנים. כמו כן החברה משקיעה באופן עקבי לאורך השנים ואף בשנת 2019 ביצעה השקעה מסיבית כאשר ביצעה צירופי עסקים. הניתוח האסטרטגי של דוח תזרים המזומנים מראה כי החברה נמצאת בשלב צמיחה – בשלות.

הערכת שווי – בוצעה הערכת שווי לפי שיטת DCF אשר הסתכם לסך 2.6 מיליארד ₪ וזאת בהשוואה לשווייה בבורסה אשר הסתכם לסך 1.4 מיליארד ₪.

סקירת הענף

מאפייני ענף קמעונאות המזון

ענף קמעונאות המזון מאופיין ברווחיות נמוכה יחסית ליתר ענפי המשק ומשקפת תחרות עזה, צמיחה מתונה וגמישות תפעולית נמוכה יחסית בשל מרכיב גבוה של הוצאות קבועות. צמיחת המכירות בחנויות זהות מהווה גורם קריטי בגזירות הרווחיות של רשתות קמעונאיות בכלל, ובתחום המזון בפרט. בענף זה קיימת חשיבות גדולה לנושא היעילות התפעולית וזאת לאור הרכב העלויות התפעוליות של הרשתות. עלויות אלו כוללות בעיקר הוצאות שכירות ותחזוקה קבועות להפעלת הסניפים שנמצאים בשנים האחרונות במגמת עלייה כתוצאה מעלייה במחירי הנדל"ן המסחרי ושכר עבודה הנגזר בעיקר משכר המינימום במשק. כמו כן, גודלה וחוזקה של הרשת מבחינת כמות הסניפים, שטחי המסחר וכד', משפיעים על כוח המיקוח מול הספקים ובכך מאפשרים להוזיל את עלויות הרכש ולשפר את רמת הרווחיות שלה.

כמו כן, רמת הרווחיות של חברות קמעונאות המזון מושפעת גם מתמהיל פורמט הסניפים של הרשת הנגזר בין היתר ממיקום הסניף ומהמתחרים באזור, קהל הלקוחות, דמי השכירות על הסניף ועוד. התמחור הגבוה של המוצרים הפורמט השכונתי מאפשר לרשתות הפועלות באמצעות רווחיות גולמית גבוה יותר מאלו של פורמט הדיסקאונט.

אופי התחרות בענף

ענף קמעונאות המזון בישראל מורכב ממספר רב של שחקנים לרבות רשתות שיווק גדולות וקטנות, חנויות נוחות, מכולות שכונתיות ועוד. נכון לשנת 2020, הרשתות המובילות בגודלן היו שופרסל ורמי לוי. יחד עם זאת, במשך השנים ישנה מגמה של ירידה בריכוזיות הרשתות הגדולות אשר נבעה בעיקר מהתפרקות רשת מגה, אשר סניפיה נמכרו לרשתות אחרות וחלקם נסגרו וכן מצמצום סניפים על ידי רשת שופרסל. כמו כן, חל גידול בנתח שוק של רשתות כמו ויקטורי ויוחננוף שצמחו באמצעות רכישת סניפים של רשתות קטנות וכן רכישת חלק מסניפי מגה. להלן תרשים פאי המראה את חלקם של הרשתות המובילות בישראל נכון לשנת 2020 וזאת במונחי הכנסות שנתיות¹.

¹ - 100 Dun's קמעונאות מזון לשנה 2020