

תוכן עניינים

3	מבוא.....
4	ניתוח הסביבה העסקית
11	ניתוח S.W.O.T.....
14	ניתוח מאזן ואיתנות פיננסית (באלפיה)
16	ניתוח רווח והפסד (באלפיה)
19	ניתוח דוח תזרים מזומנים (באלפיה)
23	יחסים פיננסיים
26	חיזוי קשיים פיננסיים
27	סיכום הניתוח הפיננסי
28	הערכת שווי
	סיכום
	שגיאה! הסימניה אינה מוגדרת.
32	נספח א' – מאזני החברות
52	נספח ב' – חומרים נוספים
55	<u>ביבליוגרפיה</u>

מבוא

עבודה זו כוללת ניתוח הדוחות הכספיים של חברת רשת חנויות רמי לוי שיווק השקמה 2006 בע"מ (להלן: "החברה או "רמי לוי"). העבודה תתמקד במספר היבטים עיקריים:

1. סקירת הענף העסקי שבו פועלת החברה (ענף קמעונאות המזון), יצוין כי ענף זה כולל מספר חברות ציבוריות ומאופיין ברגישות יחסית לשינויים רגולטוריים, כמו העלאת שכר המינימום (רוב עובדי החברה מועסקים בשכר מינימום), חוק המזון, וחוקים צרכניים שונים. עם זאת, יש לציין שבשונה ממרבית ענפי הצריכה השונים, ענף קמעונאות המזון כמעט ואינו מושפע ממצב המשק שכן הביקוש למוצרי מזון הינו קשיח יחסית למוצרים אחרים. לחברה שוק פעילות משני שאינו מהותי לפעילות החברה- שוק התקשורת הסלולארית, החברה, באמצעות חברות בנות שלה, משווקת שירותים סלולריים ומכשירים ניידים ללקוחות קצה.

2. ניתוח לעומק של פעילות החברה המאפיינים המיוחדים של החברה בתוך הענף, אסטרטגיה עסקית, כיווני צמיחה והתמודדות של החברה בתחרות הענפית, כולל ניתוח SWOT.

3. ניתוח פיננסי של הדוחות הכספיים של החברה תוך כדי התמקדות ביחסים פיננסיים שונים לפי הדוחות השונים של החברה, הדוח על המצב הכספי, הדוח על הרווח הכולל והדוח על תזרים המזומנים. ניתוח פעילות החברה וניתוח דוחותיה הכספיים יעשה בהשוואה לחברה אחרת הפועלת בענף - חברת ויקטורי בע"מ.

4. חלק נוסף של החברה יהיה הערכת שווי שנבצע, על פי מתודת ה-DCF שהינה היוון של תזרימי המזומנים העתידיים של החברה. נראה כי הערכת השווי שלפי שיטת ה-DCF נותנת לחברה ערך גבוהה יותר מאשר תמחור השוק, זאת בעקבות פוטנציאל הצמיחה הגבוה של החברה כפי שרואים מהשנים הקודמות, להערכת השווי תיווסף טבלת ניתוח רגישות, בעזרתה נוכל לראות כיצד תיראה הערכת השווי אם המשתנים העיקריים כמו שיעור ההיוון ושיעור הצמיחה של האוכלוסייה ישתנו.

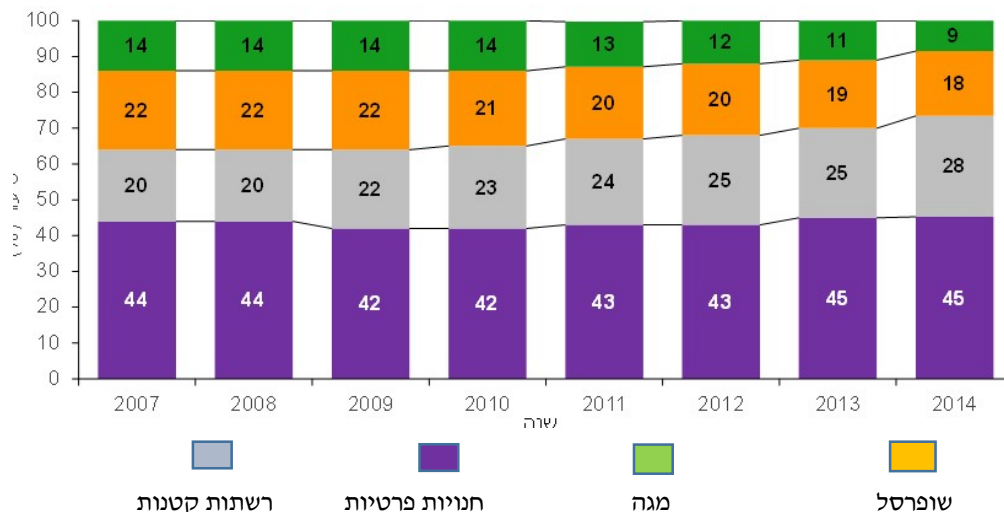
העבודה תיתמך במספר מקורות, עיקרם הוא בדוחות הכספיים של החברה, כמו כן, מאמרים שונים וכתבות שונות שהתפרסמו בנוגע לחברה בעיתונות הכלכלית. הדוחות שנלקחו הם העדכניים ביותר שפורסמו, ברוב חלקי מדובר בדוח של 30.9.2015 ואילו במדד אלטמן וחישוב הערכת השווי, על מנת להציג את הנתונים הכי מהימנים, נעשה שימוש בדוח הכספי שפורסם לפי ימים אחדים, 31.12.2016.

ניתוח הסביבה העסקית- ענף קמעונאות מוצרי הצריכה

השחקנים בענף-כאמור, תחום קמעונאות מוצרי הצריכה הוא תחום פעילותה העיקרי של החברה. ענף זה בעל מאפיינים ייחודיים. בענף שוררת תחרות עזה בין מספר רב של רשתות הפועלות בכל הארץ וכן חנויות פרטיות המפעילות סניפים בודדים. ניתן לחלק את הענף לכמה סוגים שחקנים:

הרשתות הגדולות שמפעילות חנויות, מכל מיני סוגים (דיסקאונט, חנויות בתוך הערים, חנויות המותאמות לציבורים מסוימים) בכל רחבי הארץ כמו מגה ושופרסל. **הרשתות הקטנות** שפועלות בריכוזים מסוימים ומפעילות סוג אחד בלבד של חנויות כמו רמי לוי, יינות ביתן וויקטורי. **חנויות פרטיות** מקומיות, מכולות, מינימרקטים וכו.

גרף 1A נתח השוק של השחקנים השונים בשנים 2007-2014 כאשר רשת מגה מופרדת מרשת שופרסל¹



כפי שניתן לראות, עם השנים חלה מגמה של מעבר מרשתות גדולות לקניה ברשתות קטנות וחנויות פרטיות, המשבר אותו עוברת רשת "מגה" רק מחזק את המגמה הזו לצד פתיחת רשתות דיסקאונט נוספות במרכזי הערים כגון "סופר-קופיקס" שגם נוגסת בנתח השוק של הרשתות הגדולות.

גודל השוק: השוק גדל באופן יחסי עם קצב גידול האוכלוסייה מכיוון שמדובר במוצרי צריכה בסיסיים כאשר ישנם שינויים מסוימים בהתפלגות סוג מוצרי הצריכה בתוך כלל המוצרים. בגרף להלן ניתן לראות כי ישנה עליה מתמדת בשנים האחרונות שנובעת מגידול באוכלוסייה וצמיחה במשק, עם זאת, באופן יחסי, השוק צומח בקצב נמוך, הדבר נובע ממספר סיבות: צרכנים מעדיפים להוציא את ההכנסה הפנויה שלהם בצורות אחרות,

¹ מתוך מחקר של חברת חברת צ'מנסקי בן שחר ושות' על שוק קמעונאות המזון