

רקע

חברת ביג הוקמה ע"י מר יהודה נפתלי בשנת 2004 כחברה פרטית ובחודש מאי 2006 הפכה לחברה ציבורית אשר מניותיה נסחרות בבורסה לניירות ערך בת"א. מר יהודה נפתלי ורון נפתלי הינם כיום בעלי השליטה בחברה.

החברה עוסקת בתפעול ובהשכרה של שטחי מסחר, בעיקר במתכונת של מרכזי קניות פתוחים, כמו כן, עוסקת החברה בהקמה, תפעול והשכרה של מרכזי קניות סגורים ומכרזי Life Style בסגנון Street Mall. הידועים בשם ביג פאשן Big Fashion.

החברה פועלת כיום בשלושה אזורים גאוגרפיים עיקריים והם:

ישראל – החברה פועלת בעצמה או באמצעות תאגידים שבשליטתה כאשר לחברה 26 מרכזים מסחריים הפרוסים בכל רחבי הארץ.

ארה"ב – החברה פועלת בשוק האמריקאי משנת 2010 באמצעות חברת ביג ארה"ב, כאשר לחברה 25 מרכזי קניות שמעל ממחציתם ממוקמים במערב ארה"ב.

סרביה – החברה פועלת בסרביה משנת 2008 כאשר מספר המרכזים המסחריים של החברה בסרביה הינם 6 וכולם ממוקמים במספר ערים מרכזיות כגון נוביסאד, בלגראד, פאנצ'בו וזראניאנין.

החברה שואפת ליצור בכל מרכז קניות תמהיל מגוון של חנויות בענפים שונים כגון קמעונאות מזון, פארמה, אופנה, חשמל, הסעדה ובילוי וזאת במטרה לענות על כל צרכיהם של קהל המבקרים בו. יצויין בהקשר הזה כי הסכמי ההתקשרות עם השוכרים נעים בטווח בין שנה עד 10 שנים ולעיתים אף לתקופות ארוכות יותר.

הון אנושי

המבנה הארגוני של קבוצת ביג מורכב מנכ"ל הקבוצה העומד בראש פירמידת המבנה הארגוני ומתחתיו יש את המשנה למנכ"ל ואחראי תחום הכספים וברובד הבא ישנם סמנכ"לים לרבות סמנכ"ל אנרגיה, סמנכ"ל תפעול ושיווק, יועצת משפטית ראשית ומזכירת החברה, סמנכ"ל ואחראי על תחום החשבות, סמנכ"ל פיתוח בינלאומי, סמנכ"ל פיתוח ישראל וסמנכ"ל בינוי והנדסה.

החברה מעסיקה נכון לדצמבר 2019 84 שמתוכם 21 חברי הנהלה ומטה, 15 עובדי מחלקת כספים ו- 48 בתפקידים אחרים. עובדי החברה מועסקים באמצעות הסכמי עבודה אישיים על בסיס שכר חודשי גלובלי או בתוספת שעות נוספות אשר נבחנת על ידי הנהלת קבוצת ביג, אחת לשנה.

תחרות

שוק הנדל"ן המניב בישראל מתאפיין בהיצע גדול של מרכי מסחר המתחרים במרכזי הקניות של הקבוצה. מתחריה העיקריים של הקבוצה בתחום פעילותה בישראל הינם קבוצת עזראלי בע"מ וקבוצת מלירסון בע"מ, כאשר במרבית המקרים הקניונים המתחרים במרכזי הקניות של הקבוצה הינם בעלי רמת פיתוח גבוהה המתאפיינים במרכזי קניות מעוצבים וממוזגים ובעלי שטח רב להשכרה.

מלבד התחרות שבאה מכיוון היצע שטחי מסחר המוצעים ע"י חברות מתחרות ענף, צומחת לה תחרות הבאה מכיוון שינוי הרגלי צריכה של הצרכן הישראלי והעולמי. גידול ברכישות של ישראלים במסגרת חופשות בחו"ל, לאור הגידול במספר הטיסות כחלק ממדיניות השמיים הפתוחים וכן מכניסתם של טיסות Low cost וכן מגידול משמעותי בהיקף הרכישות באינטרנט הן באתרים בינלאומיים והן באתרים המופעלים ע"י חברות ישראליות.

גורמי הצלחה עיקריים

הנהלת קבוצת ביג מעריכה כי גורמי ההצלחה הכי משמעותיים בפעילות החברה הינם :

1. איתור קרקעות ונכסים מתאימים להקמת והפעלת מרכזי הקניות של הקבוצה.
2. תכנון מקצועי התואם את מטרות מרכזי הקניות של קבוצת ביג.
3. פיזור גאוגרפי של המרכזים שבבעלות הקבוצה.
4. קבלת תנאי מימון נוחים לביצוע פרויקטים חדשים.
5. יצירת תמהיל שוכרים מגוון ואיכותי אשר יבדיל את מרכזי קבוצת ביג ממרכזים מתחרים.
6. חיזוק המותג.
7. מיקום המרכזים שבבעלות הקבוצה.

חסמי כניסה העיקריים

מחסום הכניסה העיקרי לתחום מרכזי הקניות הפתוחים הנו הקושי באיתור וברכישה של שטחי קרקע מתאימים, מבחינת גודלם מיקומם והתב"ע החלה להקמת פרויקטים כאמור ו/או קושי באיתור מרכזי קניות קיימים מניבים העונים על קריטריונים ופרמטרים שונים אשר קבעה הקבוצה בבואה לרכוש מרכזי קניות קיימים מניבים העונים על קריטריונים ופרמטרים שונים אשר קבעה הקבוצה בבואה לרכוש מרכזי קניות קיימים.

מצד שני, מחסומי יציאה עיקריים הינם מימוש נכסי נדל"ן אינו הליך מהיר ועלול לארוך זמן ממושך, כמו כן התחייבויות חוזיות ארוכות טווח כלפי בעלי זכויות, רשויות ושוכרים וכלפי גופים מממנים ולבסוף תקופת ביצוע ארוכה של פרויקטים.

תלות בלקוח עיקרי

נכון למועד כתיבת שורות אלו, לקבוצת ביג אין שוכרים עיקריים בנכסיה ולפיכך אינה תלויה בלקוח בודד, דבר אשר מפחית את הסיכון של החברה.

נכסים מהותיים של הקבוצה

בראש רשימת הנכסים המהותיים של הקבוצה עומד מרכז מסחרי Waterfront אשר ממקום בארצות הברית ושטחו מתפרס על פני 70,891 מ"ר והשווי שלו מוערך בכ- 144 מיליון דולר וההכנסות ממנו הסתכמו בשנת 2019 לסך של כ- 12 מיליון דולר.

הנכס הבא אחריו ברשימה הינו ביג כרמיאל אשר שטחו במ"ר הינו 30,142 מ"ר ושווי מוערך בסך כ- 665 מיליון ₪ וההכנסות ממנו הסתכמו בשנת 2019 לסך של 42 מיליון ₪.