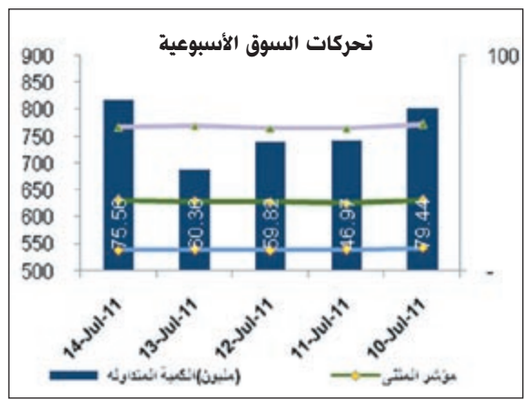
الأنباء
الاثنين 18 يوليو 2011

«المثنى للاستثمار»: المستثمرون «منهكون» مع استقبال السوق النتائج نصف السنوية



قالت شركة «المثنى للاستثمار» في تقريرها الأسبوعي الخاص لـ «الأنباء» أن المؤشر السعري لسوق الكويت للأوراق المالية أنهى تداولات الأسبوع الماضي تحت مستوى 6200 نقطة ليغلق على 6168,8 نقطة معلنا عن خسارته 44,1 نقطة.

ووصف التقرير مستثمري السوق بأنهم منهكون في الوقت الذي يستقبل فيه السوق النتائج المالية نصف السنوية لعام 2011.

ولفت التقرير إلى أن المؤشر الاسلامي (MUDX) كان الوحيد الذي استطاع تحقيق ارتفاع طفيف بمقدار 0,74 من النقطة ليغلق عند مستوى 631,76، في حين أغلق المؤشر الوزني للسوق على خسارة 2,34 نقطة ليستقر عند مستوى 431,44 نقطة خلال نفس المدة.

واستمر المؤشر السعري بكونه الأقل تقلبا وبنسبة 3,81٪ بفارق 2,42٪ عن نسبة التقلب المسجلة خلال الأسبوع الماضي، في حين انخفضت نسبة تقلب مؤشر المثنى (MUDX) بنسبة 3,08٪ ليستقر على نسبة 7,94٪ وكان المؤشر الوزني الأكثر تقلبا بين المؤشرات الأخرى وبنسبة 9,35٪.

من جهة أخرى، ظل حجم التداول في السوق عند مستوى 322,16 مليونا، مقارنة مع 456,44 مليونا في الأسبوع السابق، حيث كان قطاع الخدمات (ويساهم بنسبة 20,63٪ من حجم التداول) في مقدمة القطاعات التي شهدت تحسنا في حجم التداول بنسبة 13,06٪، وشهد قطاع العقار (ويساهم بنسبة 35,28٪ من حجم التداول) ضمورا في الحجم بنسبة 23,63٪، بينما استطاع قطاع البنوك (ويساهم بنسبة 8,97٪ من حجم التداول) أن يحقق نموا بالحجم بنسبة 8٪ خلال نفس المدة.

وسجل السوق انخفاضا بالقيمة بنسبة 6,3٪ حيث استطاع قطاعان فقط من أصل ثمانية قطاعات من تحقيق نمو خلال الأسبوع، وشهد قطاع البنوك (ويساهم بنسبة 32,38٪ من قيمة السوق) ارتفاعا في القيمة وبنسبة 22,04٪، أما قطاع العقار (ويساهم بنسبة 20,08٪ من قيمة السوق) فقد شهد كذلك ارتفاعا في القيمة بنسبة 11,6٪.

وانخفض السقف الكلي لرأسمال السوق بمقدار 0,6٪، بينما ارتفع عدد الصفقات بنسبة 23٪، ومن ناحية اتساع واجهة السوق، سجلت 21 شركة ارتفاعا مقارنة مع 52 شركة في الأسبوع الماضي، بينما سجلت 83 شركة انخفاضا مقارنة مع 50 شركة خلال نفس المدة.

ومن أصل 66 شركة اسلامية استطاعت 6 شركات احراز تقدم مقارنة مع 17 شركة في الأسبوع الماضي، بينما شهدت 26 شركة اسلامية تراجعا. واستمر قطاع العقار في الاحتفاظ بمركز القطاع الأكثر نشاطا خلال الأسبوع على الرغم من الانخفاض في الحجم بنسبة 23,6٪ مقارنة مع الأسبوع الماضي، وارتفعت نسبة حصته السوقية إلى 35,28٪ محققا 268 نقطة أساس إضافية مقارنة مع الأسبوع الماضي، وجاء قطاع الخدمات في المركز الثاني من حيث الحصة السوقية التي بلغت نسبة 20,63٪ ومحققا 775 نقطة أساس اضافية.

وعلى صعيد اداء الاسهم، استطاع سهم أعيان العقارية احتلال مركز السهم الأكثر نشاطا محققا ارتفاعا في حجم التداول بنسبة 23,71٪ خلال الأسبوع، وتبعه سهم بيت التمويل الخليجي ليحتل المركز الثاني، وتابع سهم شركة مراكز التجارة العقارية مسيرته في احتلال مركز السهم الأكثر ربحية بعد أن شهد ارتفاعا في القيمة بنسبة 23,71٪ خلال الأسبوع.

تسليم ما يزيد على 652,95 ألف سيارة حول العالم

مبيعات قياسية لـ «أودي» خلال النصف الأول

لاعبا فريق ريال مدريد خلال الترويج لسيارات أودي

نجحت شركة أودي الأم في ألمانيا (AUDI AG) في تسليم ما يزيد على الـ 652,950 سيارة «أودي» إلى عملائها حول العالم خلال الأشهر الستة الأولى من العام الحالي، الأمر الذي يعكس ارتفاعا بنسبة 17,7٪ مقارنة بالفترة نفسها من العام الماضي.

الجدير بالذكر أن الطلب على طرازات أودي الرياضية المتعددة الاستخدامات SUV قد ازداد بشكل كبير، في وقت عرفت فيه كل من أودي A1 وA8 نموا إضافيا.

وفي إطار هذا الإنجاز الجديد، علق عضو مجلس إدارة AUDI AG للمبيعات والتسويق بيتر شوارتزنباور قائلا: «لقد فاقت مبيعات أودي خلال النصف الأول من العام جميع توقعاتنا بشكل ملحوظ - وهذا بفضل الأداء المتميز في الأسواق الأوروبية»، وأضاف بقوله: «نحن متفائلون بالنصف الثاني من هذا العام، وبالرغم من أنها فترة عادة ما تكون أضعف من النصف الأول، إلا أننا سنطرح طرازات جديدة لها أهمية كبيرة جدا خصوصا لدى الأسواق الأوروبية على غرار أودي A6 أفانت وأودي Q3»، وبالحديث عن الأسواق الأوروبية، ارتفع إجمالي مبيعات «أودي» هناك خلال الأشهر الستة الأولى من العام الحالي بنسبة 13,5٪ لتصل إلى حوالي الـ 382,850 ألف سيارة، لعبت فيها كل من أودي A1 وA8 الدور الأكبر في سبيل تحقيق هذا الانجاز، ولاتزال حصة أودي A8 تتسع على الخارطة الأوروبية بشكل تدريجي. أما أودي Q7 فعرفت من جهتها هذه الرياضية المتعددة الاستخدامات الكبيرة الحجم ارتفاعا في مبيعاتها بنسبة 23,5٪ مقارنة بالفترة عينها من العام الماضي.

وأضاف قائلا: «بالانتقال إلى السوق الألماني، فقد ارتفعت مبيعات أودي في أسواق وطنها الأم بنسبة 15,7٪ مقارنة بالفترة نفسها من العام الماضي، أما السوق الفرنسي فقد عرف هو أيضا ارتفاعا في المبيعات بنسبة 26,1٪، الأمر نفسه تحقق في السوق البريطاني إنما بارتفاع بلغ (11,7٪)، كما تمتعت الأسواق الاسكندنافية بارتفاع بلغ (19,3٪) بالتوازي مع ارتفاع الطلب على سيارات أودي في أسواق شرق أوروبا - مع ارتفاع بنسبة مبيعات أودي في السوق الروسي بـ 24,1٪ لتصل الى 11,757 سيارة». كما ارتفعت مبيعات أودي في أسواق الولايات المتحدة الأميركية، بنسبة 15,4٪ لتصل إلى 55,909 سيارات خلال النصف الأول من العام. هذا بالتوازي مع التأدية المتميزة في الأسواق الآسيوية بفضل التأدية الكبيرة للسوق الصيني فيها، حيث سجلت الصين وحدها مبيعات قياسية بلغت 140,699 سيارة خلال النصف الأول من العام الحالي، أي بزيادة بلغت 28٪ مقارنة بالفترة نفسها من عام 2010 وبالتأكيد أكثر مما هو عليه في السوق الألماني.

بيتر شوارتزنباور: النتائج فاقت كل توقعاتنا بفضل الأداء المتميز في الأسواق الأوروبية

أما أسواق مجموعة بريك، أو الأسواق الناشئة التي تضم البرازيل، روسيا، الهند والصين، فباتت أسواقا هامة جدا للصانع الألماني ذي الحلقات الأربع، لاسيما أن الهند قد نجحت في تسليم 2,802 سيارة خلال الأشهر الستة الأولى من هذا العام أي بارتفاع بلغ 100,1٪ مقارنة بالفترة نفسها من العام الماضي، وهي تأدية فاقت تأدية السوق البرازيلي (2,182 سيارة بزيادة 47,0٪) والسوق الأرجنتيني (2,657 سيارة بزيادة 29,5٪).

وأوضح شوارتزنبارو بالقول: «لطالما كانت شريحة النخبة في السوق الصيني تعتمد في تنقلاتها على السيارات الكبيرة الحجم، واليوم، تقف الشريحة المتوسطة الجديدة في هذا السوق أمام سيارات نخبوية اصغر حجما، أما السوق الهندي، فوسيلة التنقل بالنسبة للشريحة المتدنية بدأت بالتشكل في وقت تتسع فيه رقعة السيارات النخبوية الكبيرة الحجم.

وقد قررنا طرح أودي Q3 الجديدة في السوق الهندي لتعزيز التطور الذي يشهده هذا السوق». وباعت مجموعة أودي حوالي 1,092,400 سيارة خلال العام 2010. وسجلت الشركة خلال العام 2009 عائدات بلغت 29,8 مليار يورو وأرباحا تشغيلية وصلت إلى حدود الـ 1,6 مليار يورو. وتنتج أودي سياراتها في كل من إنجولشتادت ونيكارسولم (ألمانيا)، جيور (هنغاريا)، شانجشون (الصين) وبروكسيل (بلجيكا).

«التجاري» يعلن الفائزين في سحب «النجمة»

أعلن البنك التجاري الكويتي عن إجراء السحب اليومي على «حساب النجمة» أمس في المركز الرئيسي للبنك، وذلك بحضور ممثل وزارة التجارة والصناعة عبدالعزيز اشكناني.

وقد فاز خمسة عملاء بجائزة قيمتها 7000 دينار لكل منهم، وهم: صلبوخ راكان عوض العنزي، احمد فهد احمد خدادة، عايشة عباس محمد العباد، كومود رانجون داس كوتي شاند داس، وكرامة سعيد خليفة محمد.

ويتميز حساب «النجمة» الجديد بتأهيل عملائه الفوز بجائزة يومية قدرها 7000 دينار، لينفرد البنك التجاري بتقديم اكبر جائزة سحب يومي، بالإضافة إلى أربعة سحوبات كبرى تجرى خلال العام تبلغ قيمة كل جائزة منها 100,000 دينار تقام في العيد الوطني والتحرير، عيد الفطر، وعيد الأضحى المبارك بالإضافة إلى ذكرى تأسيس البنك في 19 يونيو.

ويفتح حساب النجمة بمبلغ 500 دينار والتأهل لدخول السحب اليومي بعد فترة أسبوع وسحوبات المناسبات بعد فترة شهرين، علما بأن حساب النجمة يمنح عملاءه اكبر عدد من الفرص للربح حيث يحصل العميل على فرصة للربح مقابل كل 25 دينارا تبقى في الحساب بدلا من 50دينارا.

وتقدم «التجاري» بالتهنئة لجميع الفائزين في سحب النجمة، مشيرا الى أنه سيتم قيد الجوائز النقدية إلى حسابهم في البنك، كما توجه بالشكر لوزارة التجارة والصناعة على تعاونها الدائم وإشرافها الفعال على عمليات السحب التي تمت بسلاسة ونظام.

«الأولى للوقود» تميز عملاءها بخدمات مرنة وفعالة

اعلنت الشركة الأولى لتسويق الوقود عن ابتكار وسيلة عملية لتعبئة الوقود، وذلك حرصا منها على الحد من الازدحام في المحطات وتوفير الوقت على العملاء، مبينة انها عملت على وضع خراطيم لتعبئة الوقود قابلة للسحب يمكن بواسطتها تعبئة السيارات سواء كانت فتحة التعبئة على اليسار أو اليمين، الأمر الذي سوف ينعكس إيجابا على تخفيف الازدحام وبالتالي المحافظة على وقت العملاء.

عبد المحسن خاجة

واوضحت الشركة ان هذا الابتكار يأتي في إطار سعيها الى تمييز عملائها دائما عبر توفير حلول ذكية في محطاتها من شأنها أن تحيل تجربتهم سواء في تعبئة الوقود أو الخدمات المكملة من غسيل سيارات وتعبئة الزيوت وغيرها إلى متعة حصرية لا تضاهى.

واشارت الشركة في بيان صحافي الى انه إلى انه في سياق مسؤوليتها تجاه عملائها والتزامها بتأمين كافة وسائل الراحة لهم، فقد عملت على رفع عدد الاستراحات المخصصة لانتظار العملاء عند غسيل سياراتهم ليصل أربعا عوضا عن اثنتين، كما تؤمن اليوم خدمة الدفع عبر الكي - نت اللاسلكية لكي تجعل آلية الدفع أكثر مرونة للعملاء وفعالية حيث يستطيعون اليوم تسديد قيمة الوقود عبر بطاقات الدفع الائتماني من دون الحاجة إلى مغادرة سياراتهم.

وفي هذا السياق وحول حرص «الأولى» الريادية في تعزيز تجربة عملائها في محطاتها كافة، تحدث نائب العضو المنتدب للعمليات في الشركة عبد المحسن خاجة قائلا: «إن الأولى تضع عملاءها في طليعة اهتماماتها وتحرص على راحتهم ومنحهم تجربة ممتعة في محطاتها ترتكز على معايير الجودة والامان كما الفعالية بوقت قياسي».

وأضاف خاجة: «منذ انطلاقتها في السوق الكويتية، لم تتوان الأولى في ضخ الاستثمارات المطلوبة لكي تكون خدمتها متكاملة ترقى إلى توقعات عملائها وتناسب تطلعاتهم كما تلبي احتياجاتهم».

واكد بالقول: «إن سلسلة انجازات الأولى في السياق السابق ما هي إلا تكملة حتمية لجهود الشركة الرامية الى المحافظة على رضا عملائها بواسطة خدمات جذابة وحصرية وفي أجواء من الأمان والسلامة تحرص الشركة كل الحرص على ان تكون متوافرة ومؤمنة في جميع محطاتها».

إحدى محطات «الأولى للوقود»

الشهرة (Goodwill) 3 ـ 3

نستكمل معا اليوم آخر حلقة من سلسلة المقالات الخاصة بالشهرة التجارية، وذلك باستعراض كيف يتم تقدير الشهرة بشكل عملي؟

كما ذكرنا سابقا يتم تحديدها على أساس الفرق ما بين القيمة السوقية للمشروع ككل والقيمة السوقية للأصول (ملموسة كانت أم غير ملموسة).

ولكن لا توجد في الواقع طريقة مثلى لتقدير الشهرة، نظرا لتأثرها بالرأي الشخصي في عملية التقييم، وبالتالي فإن ذلك ينعكس على قيمة الشهرة الحقيقية.

ومما يعقد الموضوع هو انعدام وجود سعر سوقي متداول للشهرة، إلا أن موضوع تقدير الشهرة يعالج بموجب وجهتي نظر مختلفين الى حد ما، وهما:

1. يرى البعض ان الشهرة التجارية هي عبارة عن مجموعة موارد غير ملموسة يصعب التعرف على كل مفردة منها، مما يصعب معها تحديد قيمتها بشكل منفصل عن المجموعة، وهذه الموارد ناجمة عن ارتفاع كفاءة الشركة أو العمل في الإدارة والترويج وغيرها، وقد سميت هذه النظرية بطريقة التقييم الشامل.
2. ومن الناحية الأخرى يرى البعض أن أي زيادة في الأرباح المستقبلية عن مستوى الأرباح العادية من ممارسة الشركة لنشاطها المعتاد، تعتبر حصيلة الشهرة التجارية، وتسمى هذه بطريقة الدخل غير العادي.

وتعد الأرباح التي تزيد على المعدل الطبيعي في السنوات السابقة هي العامل الجاذب الأساسي بالنسبة للمستثمرين المحتملين في أي صفقة، حيث إن اقتنعوا بأن هذه الأرباح يمكن أن تستمر بعد حصولهم على الشركة فسيكون لذلك تأثير مباشر على قيمة الشهرة التجارية والشركة ككل، وبالتالي يعتبر التوصل الى القيمة العادلة للشهرة أمرا صعبا ويخضع لدراسات تقديرية كثيرة، ولكنه في النهاية يعتمد على رؤية المستثمر للشركة، وإن رأى البعض أن «الشادي في عين أمه غزال».

ومع أن للشهرة مفاهيم تقديرية متقلبة ويختلف الكثيرون على طريقة تقييمها ويكثر اللغط في كيفية تسجيلها، إلا أن الشهرة التجارية كانت وستظل أحد أهم المكتسبات التجارية لأي شركة، وبالتالي علينا الحذر عند التعامل معها والحرص على اتباع نهج واضح ومهني في تقديرها وتسجيلها.

وفي النهاية...

دعوة من آيديليتي لحماية وتنمية الشهرة التجارية.

idealiti

البريد الإلكتروني: Info@idealiti.com

الموقع: www.idealiti.com

Twitter: @idealiti

زاوية أسبوعية هادفة تقدمها كل اثنين شركة آيديليتي للاستشارات في إطار تشجيعها على إنشاء وتطوير واحتضان ورعاية المشاريع التجارية المجدية واقتناص الفرص أو معالجة القصور في الأسواق.