وفقاً للعرض والطلب والآليات المنظمة للسوق

«البورصة» تخطر الوسطاء وشركات الاستثمار بتفعيل «حقوق الأولوية»

■ خيارات المساهم بشأن «حقوق الأولوية» عديدة منها البيع أو التنازل أو الاحتفاظ بها ■ يحق لمشتري حقوق الأولوية بيعها بالبورصة قبل انتهاء فترة الممارسة بـ 5 أيام عمل

شريف حمدي

أخطرت شركة بورصة الكويت امس، شركات الوساطة العاملة بالسوق وشركات الاستثمار بتفعيل حقوق الأولوية وإتاحة التداول بها وفقا لآليات العرض والطلب، والآليات المنظمة لسوق الأسهم الكويتي.

وتأتي هذه الخطة ضمن حزمة من الآليات والخدمات التي أعلنت عنها البورصة مؤخرا في إطار استراتيجية التطوير.

ودخلت حقوق الأولوية حيز التفعيل، علما بأن حقوق الأولوية هي ورقة مالية قابلة للتداول أو التنازل تعطي صاحبها حق أولوية الاكتتاب في زيادة رأس مال المصدر بنسبة ما يملكه من أوراق مالية في رأسمال ذلك المصدر.

أحكام حقوق الأولوية

تتداول حقوق الأولوية في البورصة بشكل تلقائي عند كل اكتتاب في زيادة رأس مال الشركة المدرجة يوجه لعموم مساهمي الشركة، وخيارات المساهم بشأن حقوق الأولوية عديدة منها أن يبيع هذه الحقوق أو يتنازل عنها أو يحتفظ بها، ومن ثم يكتتب فيها خلال فترة ممارسة حقوق الأولوية.

ويسقط حق المساهم في الاكتتاب في حقوق الأولوية إذا قام ببيعها أو التنازل عنها، وينتقل هذا الحق إلى المشتري أو المتنازل إليه، ويحق لمشتري حقوق الأولوية أن يبيعها في البورصة قبل انتهاء فترة ممارسة حقوق الأولوية بـ 5 أيام عمل، كما يحق له أن يحتفظ بها ومن ثم يكتتب فيها خلال فترة ممارسة حقوق الأولوية.

معلومات إضافية

رسوم ادراج حقوق الأولوية	لا يوجد
بدء ادراج حقوق الأولوية	اعتبارا من تاريخ بدء الاكتتاب في هذه الحقوق، وذلك وفقا للجدول الزمني المعلن من قبل الشركة.
وقف تداول حقوق الأولوية	قبل خمسة أيام عمل من تاريخ انتهاء فترة الاكتتاب في هذه الحقوق.
الغاء ادراج حقوق الأولوية	بمجرد افصاح الشركة المدرجة عن نتائج الاكتتاب في زيادة رأس المال.
ساعات التداول	ساعات التداول للسوق الرسمي
وحدات التغيير السعري	وحدات التغيير السعري للسوق الرسمي
الحدود السعرية	لن يتم تطبيق حدود سعرية
فاصل التداول	لن يتم تطبيق فاصل التداول
التسوية	T+3
صانع السوق	غير مسموح
الشراء الإجباري	تتم معالجة إخفاقات حقوق الأولوية وفق إجراءات لوح الشراء الإجباري
احتساب السعر المرجعي (أول يوم تداول)	يحدد السعر المرجعي في أول يوم تداول لحقوق الأولوية وفق المعادلة التالية: (سعر إقفال السهم المقررة عليه حقوق الأولوية في اليوم السابق لبدء تداول تلك الحقوق - سعر الاكتتاب (القيمة الإسمية + علاوة الإصدار))

التزامات الشركة المدرجة

تلتزم الشركة المدرجة عند إعداد نشرة الاكتتاب في زيادة رأس المال بأن تتضمن البيانات التالية:

1ـ فترة ممارسة حقوق الأولوية.

2ـ وسائل التصرف في حقوق الأولوية سواء من خلال التداول في البورصة أو التنازل بدون مقابل لدى وكالة المقاصة.

3ـ المخاطر المترتبة على شراء حقوق الأولوية في حالة العدول عن الاكتتاب.

4ـ الجدول الزمني لإدراج وتداول حقوق الأولوية.

5ـ تلتزم الشركة المدرجة بالإعلان عن نشرة الاكتتاب المعتمدة من الهيئة على الموقع الإلكتروني للبورصة بالإضافة إلى موقع الشركة الإلكتروني.

6ـ تلتزم الشركة المدرجة بالإعلان عن نتائج التخصيص والاكتتاب على الموقع الإلكتروني للبورصة بالإضافة إلى موقع الشركة الإلكتروني، وذلك خلال مدة أقصاها 5 أيام عمل من تاريخ غلق باب الاكتتاب.

7ـ تلتزم الشركة المدرجة بالإعلان في البورصة عن الجدول الزمني لتداول حقوق الأولوية مع إعلانها عن موافقة الهيئة على نشرة الاكتتاب.

جدير بالذكر، أن إدراج حقوق الأولوية في البورصة لا يحتاج إلى اتخاذ إجراءات أو صدور موافقة مستقلة من الهيئة، حيث تعتبر موافقة الهيئة على نشرة الاكتتاب بمنزلة موافقة على إدراج وتداول هذه الحقوق في البورصة.

«البورصة» تواصل مكاسبها بنصف مليار دينار خلال مايو

مصطفى صالح

واصلت بورصة الكويت تحقيق المكاسب السوقية الجيدة خلال تعاملات شهر مايو الماضي المنتهية جلساته أمس، حيث أضافت لمكاسبها السوقية 560 مليون دينار، ليصل إجمالي القيمة السوقية للبورصة إلى 36,16 مليار دينار، وذلك بالمقارنة مع مستوى 35,6 مليار دينار في نهاية أبريل الماضي.

وأنهت «البورصة» الشهر وسط تحسن ملحوظ في مستويات التداول رغم تقلص عدد الجلسات إلى 19 جلسة، مقارنة بـ 21 جلسة في أبريل الماضي، وذلك وسط إعلان الشركات المدرجة عن نتائجها المالية للربع الأول من 2021، والتي جاءت في مجملها جيدة وأظهرت مدى التحسن من التبعات السلبية لجائحة كورونا، حيث سجلت غالبية الشركات ارتفاعا في أربحها مقارنة مع الربع الأول من 2020.

وعلاوة على ذلك، أثبتت بورصة الكويت عبر مستثمريها المحليين أنها قادرة على استيعاب أي كميات مبيعة من الأسهم المنضمة إلى مؤشر «MSCI» للأسواق الناشئة، وذلك خلال المراجعة التي تمت خلال الأسبوع الأخير من الشهر، كما ظهرت أيضا قدرة الصناديق والمحافظ الاستثمارية المحلية والأفراد على القيام بهذا الدور، وهو ما عزز الثقة في السوق وزاد من مكاسبه خلال الشهر.

وعلى صعيد مؤشرات السوق خلال مايو الماضي، فقد سجل مؤشر السوق الأول بنهاية الشهر ارتفاعا بنحو 1,76٪ عند مستوى 6740,04 نقطة، رابحا 116,87 نقطة مقارنة بإقفال أبريل الماضي عند مستوى 6623,17 نقطة، كما ارتفع المؤشر الرئيسي بنسبة 1,07٪ عند مستوى 5182,21 نقطة، مقارنة بإقفال الشهر الماضي عند 5127,49 نقطة، بمكاسب شهرية بلغت 54,72 نقطة.

وحقق المؤشر «رئيسي 50» ارتفاعا شهريا بنحو 1,98٪ بإقفاله عند مستوى 5408,47 نقاط رابحا 105,08 نقاط مقارنة بإقفال أبريل الماضي عند 5303,39 نقاط، ليرتفع المؤشر العام للبورصة خلال الشهر بنحو 5,85٪ عند مستوى 6113,60 نقطة مقارنة بإقفال مارس الماضي عند 5775,92 نقطة، رابحا 337,68 نقطة.

وفيما يخص سيولة السوق، فقد شهدت التداولات الشهرية خلال مايو تسارعا كبيرا، حيث ارتفعت السيولة بنحو 27,2٪، لتصل إلى 1,37 مليار دينار، مقارنة مع 1,08 مليون دينار في أبريل الماضي، كما ارتفعت أحجام التداول الشهرية بنسبة 21٪، لتصل إلى 9,11 مليارات سهم، مقابل 7,53 مليارات سهم في شهر أبريل السابق، وبلغ عدد الصفقات الإجمالي بالبورصة في مايو نحو 302,233 صفقة، مقابل 262,087 صفقة في أبريل الماضي، بارتفاع نسبته 15,3٪.

دراسة

«الأنباء» تنشر دراسة خاصة أعدها الرئيس التنفيذي لشركة «اكسبر للاستشارات الإدارية» م. نايف عبدالجليل بستكي

الكويت تمتلك أحد أسرع قطاعات الاتصالات نمواً في العالم

■ 8 ملايين جهاز اتصال مختلف يستخدم بالكويت.. ما يعادل ضعف عدد سكانها البالغ 4,6 ملايين نسمة

■ سوق الاتصالات الكويتي يستمد فعاليته القوية من قدرة العملاء المالية للحصول على خدمات مميزة

تنشر «الأنباء» دراسة خاصة أعدها الرئيس التنفيذي لشركة اكسبر للاستشارات الإدارية م.نايف عبدالجليل بستكي حول استراتيجية التسويق بشركات الاتصالات المتنقلة في الكويت، والخدمات التي تقدمها شركات الاتصالات لعملائها بالسوق الكويتي، حيث يعتبر سوق الاتصالات المتنقلة من الأسواق الفاعلة بالكويت بشكل خاص وفي الأسواق الإقليمية والعالمية بشكل عام.

وتأتي هذه الفاعلية بفضل القدرة المالية الجيدة للعملاء لدفع المزيد من المبالغ المالية للحصول على تلك الخدمات ذات القيمة المضافة، مقابل التواصل والتواجد مع العلاقات الاجتماعية بشكل دائم، وهو ما تتميز به المنطقة العربية.

الاستثمار بالبنية التحتية

على الرغم من وصول عدد السكان بالكويت إلى نحو 4,6 ملايين نسمة، إلا أن أعداد الأجهزة والهواتف المستخدمة تكاد تضاعف هذا المؤشر، لتصل إلى حوالي 8 ملايين جهاز اتصال مختلف، وبذلك فإنه من المنتظر أن يصل عدد الأجهزة المستخدمة بالكويت في عام 2025 إلى نحو 10 ملايين جهاز.

ويتطلب هذا النمو السريع بالسوق المحلي قدرة الشركات المتنافسة إلى الاستثمار بالبنية التحتية لديها وتوجيه مصادر الإنتاج نحو حصد أكبر قدر من الحصة السوقية في الكويت، وتقوم شركة اكسبر للاستشارات وإدارة الأعمال بدراسة استراتيجية التسويق التي تنتهجها الشركات المتنافسة بالكويت، وهي: شركة «زين»، و«Ooredoo»، و«STC».

وفي هذا الجانب يقول م. نايف بستكي ان الشركات تسعى دائما إلى تحقيق الاحترافية في الأعمال ورفع مستوى الكفاءة التشغيلية، بالإضافة الى تقديم الوعي المطلوب للزبائن في السوق المحلي، مشيرا إلى أن هذه الدارسة تتضمن تسليط الضوء على ما يلي: دراسة الصورة والمكانة التي تعتمد شركات الاتصالات عليها، شبكات الاعلام الاجتماعي، الإعلام والترويج، بالإضافة إلى خدمة العملاء.. وفيما يلي تفاصيل الدراسة:

م. نايف عبدالجليل بستكي

صورة الشركة

تعتبر صورة الشركة هي المكانة التي ارتأتها كل من شركات الاتصالات المتنافسة في السوق المحلي بالكويت لتكون فيها، وقد تكون المكانة التي تسعى لبلوغها الشركة هي تقديم المنتج كإحدى الميزات الفاخرة التي يسعى الزبائن لحملها أو استخدامها.

وقد تبحث شركات أخرى أن تكون في متناول الجميع من مكونات السوق العام، وذلك بتقديم أسعار تنافسية لشريحة أكبر من السوق، وغيرها من الصور الذهنية التي تسعى الشركات الى اعتمادها لتكون في اذهان الزبائن بشكل مستمر، وغيرها الكثير.

وبالإضافة الى ذلك، تتضمن صورة الشركة كيفية بلوغ تلك الاستراتيجية وتحقيق الصورة العامة التي ستطبع في اذهان العملاء في السوق المستهدف، وقد قامت «اكسبر للاستشارات وإدارة الاعمال» باعتماد تلك العملية وإسقاطها على شركات الاتصالات المتنافسة في السوق الكويتي.

شبكات الإعلام الاجتماعي

تعد شبكات التواصل الاجتماعي عنصرا أساسيا لتمكين الشركات من التواصل السريع والمباشر مع قاعدة الزبائن والعملاء من السوق الكويتي، كما يتفرد السوق المحلي عن سواه من الأسواق العالمية بسرعة الانتشار المعتمد على أساس ترابط مكونات المجتمع الكويتي بشكل كبير.

كما أن لشبكات التواصل الاجتماعي دورها كذلك في تقديم صورة إيجابية عن الشركات ومنتجاتها بالإضافة الى خدماتها بتكاليف تكاد تكون مجانية، وتعتبر منصات التواصل الاجتماعي من الأدوات التي تعتمد عليها الشركات بشكل عام وشركات قطاع الاتصالات بشكل خاص لزيادة ولاء العملاء وجذب المزيد منهم، كما تعتمد أبرز الشركات المختلفة على تعليقات العملاء واستنتاج آرائهم، وذلك نحو تطوير خطوط الإنتاج المقدمة بالإضافة الى الخدمات المختلفة لتخطي توقعاتهم ورغباتهم.

الإعلان والترويج

تعتمد شركات الاتصالات بالكويت كغيرها من الشركات العالمية الرائدة في هذا المجال، على التواصل والوصول للزبائن بشكل مستمر، وتتنافس تلك الشركات فيما بينها بكيفية تلبية احتياجات الزبائن ورغباتهم، بالإضافة الى البقاء في اذهانهم بشكل مستمر، خصوصا في ظل اعتماد الزبائن بشكل عام على خدمة الاتصال كأسلوب حياة معاصر للتعاملات اليومية الحديثة. وفيما يلي أبرز القنوات الإعلامية التي تم رصدها والتي تستخدمها الشركات المتنافسة للتواصل مع السوق المستهدف:

الفيديو

تعتمد شركات الاتصالات بالكويت بشكل خاص، على هذا النوع من الإعلانات بشكل كبير، كون ان النجاح في نسبة المشاهدة في تزايد بشكل مستمر، وتقوم تلك الشركات بتصميم الفيديو بشكل دقيق، واطلاقه في المواسم المختلفة خلال العام مثل الأعياد الوطنية، شهر رمضان المبارك، بالإضافة الى المناسبات والاعياد الدينية الأخرى.

المجمعات التجارية

أدركت شركات الاتصالات بالكويت أهمية المجمعات التجارية في الوقت الحاضر في استقطاب الزبائن إليها بشكل مستمر، خصوصا في المجمعات الرئيسية مثل الأفنيوز ومجمع 360، الامر الذي ساهم في توجيه ميزانيات الدعاية والاعلان لدى تلك الشركات نحو تصميم البنرات المختلفة وتعليقها في المجمعات.

الطرق والشوارع الرئيسية

ينقسم هذا النوع من الإعلانات الى قسمين رئيسين، فأما القسم الأول منه فإن شركات الاتصالات بالكويت تقوم بالاتفاق مع شركات الدعاية والاعلان لتصميم الإعلان الثابت ووضعه بالطرق الرئيسية، وذلك ليصل لمرتادي الطرق بشكل يومي، مما يساهم في بقاء العلامة التجارية حاضرة في اذهان الزبائن والعملاء. أما النوع الثاني من إعلانات الطرق، فإنها الإعلانات المتحركة والتي يتم تصميمها على سيارات النقل الجماعي، بحيث تصل الى أماكن تواجد الزبائن والعملاء.

العروض الترويجية

تقوم الشركات المحلية كذلك بمحاكات الاستراتيجيات التي تعتمد عليها الشركات العالمية الرائدة في هذا المجال، والتي ايقنت أهمية تقديم أجهزة الاتصالات المختلفة ـ أيفون، سامسونغ، هواوي، وغيرها من غير مقابل مادي، مقابل التزام العميل بعقد متوسط المدى يساهم في تغطية المصاريف الثابتة ـ الإيجارات ورواتب الموظفين. كما أن اعتماد الشركات على استراتيجية تقديم المنتجات المحدثة والسريعة بشكل دوري، أثرها كذلك في استمرار طلب المنتج والخدمة من العميل.

الإنترنت

أدركت شركات الاتصالات المتنافسة في السوق المحلي أهمية الإعلان عن منتجاتها عبر برامج وقنوات الانترنت بشكل أساسي، وذلك للنشاط الذي يشهده قطاع الانترنت في الكويت.

وختاما، يظل قطاع الاتصالات أحد أسرع قطاعات الاعمال نموا على مستوى العالم، الامر الذي يتطلب استثمار الشركات المتنافسة فيه لتقديم المزيد من القيم نحو تلبية احتياجات الأسواق، كما أن لوجود ثلاثة شركات مختلفة تقوم بتقديم خدمات الاتصالات للزبائن بالسوق المحلي دورها الكبير بالنسبة للعملاء، وذلك من حيث الاستمرار في تقديم أفضل الخدمات وبأسعار تنافسية.

تطوير خدمة العملاء.. لتلبية احتياجاتهم المتغيرة

يعتبر قسم خدمة العملاء من اهم الأقسام في شركة الاتصالات، حيث انه يساهم في المحافظة على عملاء الشركة لمدة طويلة، الامر الذي يعكس النتائج المالية الإيجابية المرجوة، كما ان أهمية خدمة العملاء تتجسد بأن مثل هذه المنتجات التي تقدمها شركات الاتصالات، يحتاج اليها جميع فئات المجتمع وبشكل يومي، ما يعني أن الطلب على مثل هذا النوع من المنتجات يكون بشكل يومي وباستمرار.

وبذلك فإن شركات الاتصالات تستثمر المزيد من مصادر انتاجها المختلفة نحو تلبية احتياجات الزبائن والمحافظة عليه لمدة أطول، وعلى الرغم من الجهود التي تبذل في هذا الجانب، إلا أن قسم خدمة العملاء في شركات الاتصالات يحتاج الى المزيد من التطوير والتأهيل، وذلك نحو تلبية احتياجات العملاء المتغيرة.