النفيسي: 10.25 ملايين دينار أرباح «المزايا القابضة» بنمو 10%

ربحية السهم بلغت 16.51 فلساً وتوصية بتوزيع 8% نقداً

قال رشيد النفيسي، إن «المزايا القابضة» واصلت خلال عام 2016 المحافظة على جودة نتائجها المالية، مؤكداً متانة وقدرة الشركة على مواصلة النمو والتطور وفقاً لاستراتيجيتها الرامية إلى ريادة السوق محلياً وإقليمياً، محققة التنويع والتوازن بين مصادر الدخل.

55.17 مليون دينار الإيرادات التشغيلية من عمليات البيع والشراء

أعلنت شركة «المزايا القابضة» نتائجها المالية لنهاية عام 2016، في أعقاب اجتماع مجلس الإدارة، الذي عقد الأحد الماضي، برئاسة رئيس مجلس الإدارة رشيد النفيسي، وحضور أعضاء مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي للمجموعة.

وقال رئيس مجلس الإدارة رشيد النفيسي، إن «المزايا القابضة» واصلت خلال عام 2016 المحافظة على جودة نتائجها المالية، مؤكداً متانة الشركة وقدرتها على مواصلة النمو والتطور وفقاً لاستراتيجيتها الرامية إلى ريادة السوق محلياً وإقليمياً، محققة التنويع والتوازن بين مصادر الدخل.

وأضاف النفيسي، أن «المزايا» نجحت خلال عام 2016 في تحقيق أرباح صافية بواقع 10.25 ملايين دينار عام 2016 مقارنة بـ9.32 ملايين دينار عام 2015 وبنسبة زيادة وصلت 10.02 في المئة، علاوة على ربحية سهم 16.51 فلساً عام 2016 مقارنة بـ 15.04 فلساً عام 2015، بفضل تركيزالشركة على عمليات البيع والتأجير والتسليم وفقاً لجدولها المالي والزمني المحدد مسبقاً، من خلال عمليات البيع في مشاريعها المتاحة للبيع وزيادة نسبة الشغل في مشاريعها المدرة للدخل بما أدى إلى بلوغ إيرادات الشركة التشغيلية نحو 55.17 مليون دينار بنهاية عام 2016.

وذكر أن هذه الإيرادات جاءت نتيجة مباشرة لعمليات التسويق المدروسة والمبيعات الكبيرة والثقة الوطيدة، التي تحظى بها الشركة في الوسط العقاري، مما نتج عنه تحقيق إيرادات من عمليات البيع بواقع 47.81 مليون دينار، في حين قفزت الإيرادات الناجمة عن عمليات التأجير بنسبة 15.19 في المئة بواقع 7.11 ملايين دينار بنهاية عام 2016 مقارنة بـ6.17 ملايين دينار للفترة نفسها من عام 2015.

وبين أنه استناداً إلى النتائج الإيجابية، التي حققتها الشركة، فقد أوصى مجلس إدارة «المزايا القابضة» بتوزيع 8 في المئة من القيمة الإسمية للسهم نقداً، التي تعادل 8 فلوس لكل سهم، على جميع مساهمي الشركة، في لفتة تعبر عن مدى حرص المجلس على مشاركة المساهمين في نتائج الشركة لهذا العام.

ولفت إلى أن التوصية بتوزيع النقد، إنما تعبر عن قدرة الشركة وملاءتها المالية، والنظرة المتوازنة لخطة الشركة المستقبلية، مشيراً إلى أن هذه التوصية سوف تقدم إلى الجمعية العمومية للمصادقة عليها، علاوة على خضوعها لكل الإجراءات والمتطلبات من هيئة أسواق المال والجهات الحكومية المختصة.

البيانات المالية

وعن البيانات المالية للشركة خلال عام 2016، قال النفيسي، إن المزايا حافظت دوماً على موقعها الريادي في السوق على مستوى كل قطاعات الأعمال، إذ إنه خلال عام 2016 تسارعت وتيرة أنشطة الأعمال بعد نجاح الشركة في حصاد نتائج المشاريع، التي قامت بتطويرها في الأسواق الجديدة، التي طرقت أبوابها في السنوات الماضية، مما انعكس على إجمالي أصول الشركة التي بلغت 254.78 مليون دينار بنهاية عام 2016 مقارنة بـ 251.04 عام 2015، في حين بلغ إجمالي حقوق الملكية 119.61 مليون دينار بنهاية عام 2016 مقارنة بـ111.45 مليون دينار نهاية ديسمبر 2015.

من ناحيته، قال الرئيس التنفيذي للمجموعة المهندس إبراهيم الصقعبي، إن المزايا نجحت في تحقيق نسب نمو في أرباحها عام 2016 مدعومة بمؤشرات تتسم بالاستقرار وتتماشى مع استراتيجية الشركة القائمة على 10 أهداف أساسية تجلت وبوضوح في إنجازات الشركة

رشيد النفيسي

إبراهيم الصقعبي

عام 2016، حيث تمثلت هذه الإنجازات بتحقيق الأهداف العشرة على النحو التالي:

تجنيب الشركة أي مخاطر سوقية

• زادت شركة «المزايا القابضة» حصتها في إحدى شركاتها القابضة في تركيا من 40 إلى 90 في المئة، والتي تمتلك ريتم إسطنبول، وقد تم إنجاز المشروع كاملاً، في حين فاقت نسبة البيع فيه نسبة 80 في المئة، وبلغت نسبة التأجير 50 في المئة، وتم انعكاس ذلك في بيانات الشركة المالية اعتباراً من الربع الرابع من عام 2016.

البدء بمشاريع جديدة في كل سنة مالية

• بدأت الشركة تنفيذ 6 مشاريع جديدة في 2016، تمثلت في الانتهاء من أعمال حفر الأساسات لمشروع «كيو لاين» السكني في دبي والمؤلف من مبنيين سكنيين، علاوة على الانتهاء من أعمال التصميم لمشروع «كيو زون» السكني في دبي والمؤلف من 500 شقة سكنية.

• بدأت الشركة تصميم مشروع جديد في منطقة «شرق» بالكويت، حيث أوعزت لأكبر المكاتب المعمارية العالمية «Gensler» لتصميم المشروع تمهيداً للحصول على رخص البناء من قبل الجهات الحكومية المتخصصة.

* بدأت الشركة أعمال الحفر لمشروع مزايا ريزدنس السكني في عمان المؤلف من مجمع سكني متكامل الخدمات تمهيداً لطرحه للبيع في مارس المقبل.

بيع وتنفيذ وتسليم مشاريع عقارية دورياً

• انتهت الشركة من بيع وتسليم 5 مشاريع قائمة تمثلت في مشروع «كيو لاين»-المرحلة الأولى والمؤلف من مبنيين سكنيين (R 054, R064) في زمن قياسي لم يتعد 17 شهراً والمؤلف من 230 شقة سكنية والواقع في منطقة دبي لاند في إمارة دبي والذي يخدم الإسكان المتوسط.

• انتهت الشركة من تنفيذ مشروع «ريتم إسطنبول» بتركيا والمؤلف من 6 أبراج سكنية ومول تجاري.

• انتهت الشركة من تنفيذ 10 مبان سكنية في مشروع «كيو بوينت» الواقع في «دبي لاند» في إمارة دبي، الذي يخدم الإسكان المتوسط.

تحقيق نمو بنسبة 10% في صافي أرباح الشركة

• حققت الشركة نمواً في أرباحها الصافية من 9.32 ملايين دينار عام 2015 إلى 10.25 ملايين دينارنهاية عام 2016.

إدارة قروض الشركة وتحقيق درجة تصنيف ائتماني من وكالة مرموقة

• حصلت الشركة على تسهيلات ائتمانية بواقع 8.25 مليار دينار، مما يؤكد متانة الجدول المالي للشركة وقدرتها العالية على الحصول على تسهيلات مالية في طي عملياتها التشغيلية ومحفظتها الغنية، رغم عدم تعدي نسبة الدين على أصول الشركة النسبة المعمول بها من قبل الشركات العاملة في ذات القطاع.

• حصلت الشركة على تصنيف ائتماني طويل الأمد عند مستوى (BBB-) وقصير الأمد عند مستوى (A3) مع نظرة مستقبلية مستقرة من قبل وكالة كابيتال انتلجينس مما يعكس قدرتها العالية على الوفاء بالتزاماتها قصيرة الأجل مقابل مبالغ نقدية متوفرة حاليا في ميزانيتها المالية والوفاء بالتزاماتها طويلة الأجل من خلال إيراداتها التشغيلية الناجمة عن البيع والتأجير.

تماشي أعمال الشركة مع أحكام الشريعة الإسلامية

• حرصت الشركة على أن تكون مشاريعها متوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية قدر الإمكان، سواء المطروح منها للبيع أو للتأجير.

تطبيق نظام الحوكمة

• «المزايا القابضة» إحدى الشركات العشر الأوائل في تطبيق معايير «الحوكمة» ضمن الصادرة من قبل هيئة أسواق المال.

تطوير نظم المعلومات والتكنولوجيا

• فعلت شركة المزايا نظام الـERP جديد بربط عمليات الشركة المالية إلكترونيا بجميع شركاتها التابعة داخل وخارج الكويت.

المحافظة على القيمة الفعلية للسهم

• صدور ثلاث تقييمات عادلة من قبل 3 جهات مستقلة بتوصية مرتفعة لشراء سهم الشركة وذلك من قبل كل من:

• «أرقام كابيتال» أوصت بشراء سهم «المزايا القابضة» عند 160 فلساً.

• «الوطني كابيتال» أكد أن القيمة العادلة للسهم هي 165 فلساً.

• «بيتك كابيتال» أوصت بأن القيمة العادلة للسهم تتراوح بين 170 و 175 فلساً.

المحافظة على العلامة التجارية

• تابعت المزايا ترسيخ علامتها التجارية في كافة أسواق المنطقة من خلال عمليات التسويق المدروسة، والمحافظة على ديناميكية وحداثة موقعها الإلكتروني، إضافة إلى تسويق علامتها وطرح منتجاتها على مواقع التواصل الاجتماعي، مما نتج عنه 95 ألف متابع لموقع المزايا على «فيس بوك» و16 ألفاً على «إنستغرام» و 20 ألفاً على «تويتر» و 5 آلاف على «لينكد إن».

واشار الصقعبي إلى أن المزايا ستتابع اقتناص فرص النمو على الصعيد المحلي والإقليمي والعالمي، وذلك لما فيه صالح الشركة والمساهمين.

شاشة: السكن الطلابي ببريطانيا استقطب نصف مليون

صرحت رئيسة وحدة الاستثمار في عقارات السكن الطلابي البريطاني في شركة بلوبرينت القابضة ندى شاشة، أن قطاع السكن الطلابي في بريطانيا استقطب نصف مليون طالب عالمي في السنة الدراسية 2015 – 2016.

وأشارت إلى أن بريطانيا جاءت في المرتبة الثانية عالميا، بعد الولايات المتحدة الأميركية، في استقطاب الطلبة من شتى أنحاء العالم إلى جامعاتها، وجاءت الصين في المرتبة الأولى بالدول التي ترسل أبناءها للدراسة في بريطانيا بمئة ألف طالب للسنة الدراسية الماضية، تلتها الولايات المتحدة الأميركية، ثم الهند.

ولفتت إلى أن بريطانيا تستقطب الطلبة، بسبب تطور مستوى التعليم الجامعي فيها، إذ إن 3 من أفضل 10 جامعات وكليات في العالم توجد في بريطانيا.

وأضافت شاشة أن قطاع مساكن الطلبة في بريطانيا شهد نموا كبيرا في أسعار العقارات، ونموا أكبر في عوائده التأجيرية، ويعتبر المساكن الطلابية الأكثر عوائد، مقارنة بالقطاعات العقارية الأخرى، كالقطاع السكني أو المخازن والعقارات الصناعية أو لعقارات التجارية أو الإدارية.

وتابعت: "أضيف قطاع عقارات السكن الطلابي إلى قطاعات الأخرى حديثا، إذ لم يكن هذا النوع من العقارات مألوفا في العقود الماضية، لكن الحكومة البريطانية شجعت المستثمرين على بناء وتطوير مسكن بمواصفات خاصة لاستيعاب الأعداد المتزايدة من الطلبة المحليين أو العالميين.

وذكرت أن آخر التقارير أظهرت أن النمو في أسعار عقارات المساكن الطلابية وعوائده التأجيرية تغلبت على قطاع عقارات المخازن وعقارات المحال التجارية في عام 2016.

وكشفت ندى أن شركة بلوبرينت ستستضيف المستشار جيمس فودان، خبير مساكن العقارات الطلابية البريطانية، من 7 إلى 9 الجاري، بهدف تعريف السوق الكويتي والمهتمين من الأفراد أو الشركات بالاستثمار في قطاع المساكن الطلابية البريطانية بأحدث معطيات هذا السوق وتطوراته والتوقعات لأدائه في عام 2017.

ندى شاشة

«أقايا» تعين فاتن حلبي مديرة مبيعات إقليمية

أعلنت شركة أقايا، المزود العالمي لحلول وخدمات التواصل الرقمي للشركات، تعيين فاتن حلبي مديرة للمبيعات الإقليمية في أسواق البحرين والعراق والكويت وباكستان.

وستتولى فاتن عبر منصبها الجديد إدارة عمليات المبيعات وتعزيز العمل مع شركاء الأعمال في هذه الأسواق، إلى جانب التعاون المباشر مع العملاء، لمساعدتهم في تحقيق أهدافهم المعنية بالتحول الرقمي.

ومنذ انضمامها إلى «أقايا» في عام 2014 كمديرة تطوير الأعمال، عملت فاتن على تعزيز أعمال الشركة مع عدد من شركاء الأعمال الأساسيين في البحرين، كما استطاعت بناء علاقات جوهرية مع مجموعة من الأطراف المعنية بالصناعة.

«سيرفس هيرو»: الكويت تشهد تراجعاً في رضا العملاء

«يشكّل تهديداً رئيساً لنمو الأعمال التجارية»

أعلن «سيرفس هيرو»، مؤشر رضا العملاء الوحيد في العالم العربي الذي يعتمد على تقييم العملاء بشكل كامل، أمس، أن رضا العملاء في الكويت شهد تراجعاً عاماً. وقد جاء هذا الإعلان مع صدور التقرير السنوي «لمؤشر رضا العملاء» في الكويت، وسجلت نتائج المؤشر لجودة الخدمة في الكويت 75.4 من أصل 100 نقطة كحد أقصى، وهو تراجع بنقطة واحدة مقارنة مع تقرير العام الماضي، حيث سجلت الكويت 76.4 نقطة.

ويعد المؤشر، الذي أطلق بالكويت في عام 2010 تقييما سنويا للعوامل التي تعزز رضا العملاء، وهو يهدف أيضاً إلى وضع معايير جديدة لخدمة العملاء في المنطقة. ويشمل المؤشر دراسات لتقييم العملاء لخدمات في أكثر من 17 قطاعاً.

انتزع قطاع المقاهي الصدارة من شركات بيع السيارات الجديدة هذا العام بنتيجة 82.6 من أصل 100 نقطة، فيما حافظت المطاعم غير الرسمية على مرتبتها الثانية مع 80.9 نقطة. أما شركات بيع السيارات التي تصدرت قائمة القطاعات في العام الماضي، فقد تراجعت من المرتبة الأولى إلى المرتبة الخامسة مسجلة 77.8 نقطة. ومن بين القطاعات الأخرى التي سجلت أداء جيداً هناك محلات بيع الملابس، والأثاث المنزلي.

وأظهرت النتائج أيضاً أن توقعات العملاء في الكويت شهدت تراجعاً منذ عام 2014 عندما سجلت أعلى تقييم مع 82.4 نقطة. ومنذ ذلك انخفض متوسط التوقعات في الكويت إلى 80.1 نقطة في عام 2015، و 81.4 نقطة في 2016، وقد انعكس هذا التراجع أيضا على مستوى الرضا الفعلي لخدمة العملاء. وعلقت فاتن أبوغزالة، مؤسسة ورئيسة سيرفس هيرو على ذلك قائلة: «كانت توقعات سكان الكويت لخدمة العملاء أعلى في عام 2014، إلا أن مستوى رضاهم الفعلي كان أدنى من توقعاتهم. ومنذ ذلك،

فاتن أبوغزالة

خفض العملاء توقعاتهم ومع الأسف شهدت خدمة العملاء تراجعا مستمرا بالتوازي. ونظرا للوضع الاقتصادي، لا يعد ذلك الأمر واعدا بالنسبة لقطاع الأعمال الخاصة في الكويت، فلابد من رفع مستوى الخدمة في أوقات الأزمات، عوضا عن خفضها، فلا شك في أن ذلك يهدد نمو الأعمال التجارية في البلاد».

ومع هذه العلامات التحذيرية، تدعو أبوغزالة الشركات لاتخاذ خطوة إلى الوراء والنظر في نوعية الخدمات الفردية التي تقدمها، بهدف فهم العملاء بشكل أفضل، ومعرفة ما هي التغييرات التي يحتاجون إليها لضمان تلبية مطالب عملائها، وبالتالي الحفاظ على نمو أعمالها.

وأضافت: «إن مؤشر سيرفس هيرو لرضا العملاء يدرس عناصر الخدمات المتنوعة التي تقدمها الشركات، بدءا من لطف الموظفين، وصولا إلى الثقة، والقيمة مقابل الخدمة، والخدمة الهاتفية وغيرها الكثير. ومن شأن هذه المعلومات أن تسمح للشركات بالتقدم خطوة إلى الأمام والتأكد من أنها تستثمر فيما يمكن أن يضمن تحقيق رضا أفضل للعملاء».

ومن اللافت أن نتائج المؤشر كشفت أيضا أنه على الرغم من أن المواطنين الكويتيين سجلوا أعلى نسبة توقعات، إلا أنهم الأقل رضا بشكل عام بالمقارنة مع العرب وغير العرب من سكان الكويت.

إضافة إلى ذلك، لاحظ المؤشر أن حاملي الشهادات الابتدائية هم الأكثر رضا كونهم سجلوا 79.5 نقطة، في حين سجل حاملو الشهادات الثانوية 76.8 نقطة، وحاملو الشهادات الجامعية 75.4 والماجستير والدكتوراه 73.2، وهذا يعني أنه كلما ارتفعت درجة التعليم ازدادت معايير خدمة العملاء التي يتوقعونها!

أما فيما يخص أبعاد الخدمة، فقد حصلت القيمة مقابل الخدمة والخدمة الهاتفية على التقييم الأدنى من قبل المشاركين في المؤشر (72.6 و73.8)، في حين أن سلوك الموظفين والموقع (سهولة الوصول، مواقف السيارات، أوقات الدوام، المظهر) حصلا على أعلى تقييم (77.3 و76.6). ويدل ذلك على أنه يجب على الشركات الاستثمار أكثر في نقاط التفاعل، والخدمات الهاتفية لتتناسب مع مستوى الخدمة المقدمة في الموقع.

النتائج

يساعد التصويت على توضيح مؤشرات قطاعات الأعمال، ومؤشرات دول بعينها والتي يمكن مقارنتها على نطاق عالمي. أما فيما يخص هذا التقرير، فقد جمع «سيرفس هيرو» 17.074 من أصوات المستهلكين التي أثبتت صحتها في الكويت (لمؤشر الكويت)، والتي شملت 17 قطاع عمل مختلفا. في الكويت، تم جمع التقييمات من عينة مكونة من 30 في المئة من الكويتيين، 37 في المئة من العرب، و33 في المئة من غير العرب.

كان لكل فئة حد أدنى من 450 صوتاً. وقد وصل مستوى الثقة إلى 95 في المئة مع هامش خطأ 2± في المئة، وقد تم تطبيق عدد من التدابير الأمنية ذات الطابع التقني للتحقق من صحة المشاركين، أو في وقت لاحق، أي في مرحلة تنقيح البيانات، من خلال حذف أي بيانات مشبوهة.

نشرة إعلانية

«فورد» تعين موسى طارق نائباً للرئيس ومديراً تنفيذياً لعلامتها التجارية

أعلنت شركة فورد تعيين الخبير الرائد في العلامات التجارية موسى طارق بمنصب نائب الرئيس، والمدير التنفيذي لعلامتها التجارية.

ويأتي هذا التعيين، في إطار توسعات فورد الهادفة كي تصبح شركة لصناعة السيارات والنقل، وضمن مساعيها للمضي إلى أبعد مدى في التواصل والتفاعل مع عملاء اليوم.

وتم تعيين موسى طارق (34 عاما) في 30 يناير 2017، وبدأ بممارسة مهامه كمدير تنفيذي لشركة فورد موتور كومباني.

ويتولى موسى عبر منصبه الجديد مسؤولية تعزيز التنوع لعلامة شركة فورد التجارية، إحدى أكبر العلامات التجارية قيمة في العالم. وبالتعاون مع أقسام التسويق والاتصال وقيادات الشركة في مختلف أنحاء العالم، سيعمل على تحديد وبناء علامة فورد التجارية الأساسية لجميع المساهمين والشركاء. وسيتكامل عمله مع الأعمال الجارية بنجاح في التسويق والاتصالات لعلامة السيارات التجارية.

وبمناسبة هذا التعيين، قال مارك فيلدز، الرئيس والرئيس التنفيذي لشركة فورد: "توازيا مع نمو أعمالنا، نعمل أيضا على التوسع باهتمامنا، كي يشمل تعزيز التنوع والاستثمار في علامتنا التجارية الرائدة، المعروفة والموثوقة في كل أرجاء العالم. وفرصتنا تكمن في التواصل مع أعداد أكبر من العملاء والمساهمين من الشركاء، والذين لم يقم بعضهم بأي أعمال مع فورد من قبل، من خلال خطة تسويق واتصال مقنعة ومترابطة. وعمل موسى طارق في قيادة أعمال تحولية ضمن بعض من أكثر العلامات التجارية إبهارا في العالم، وهو قائد معروف بإتمام التعاقدات الصعبة. ونحن متحمسون لاستقطاب خبرته ومعرفته وشغفه إلى شركة فورد".

وسيرفع طارق تقاريره بشكل مشترك إلى ستيفان أوديل، نائب الرئيس التنفيذي، إدارة التسويق العالمي والمبيعات والخدمة، وإلى راي داي، نائب رئيس مجموعة فورد للاتصالات.

وقبل انضمامه إلى فورد، شغل طارق منصب مدير إدارة التسويق والاتصالات العالمية للتجزئة لدى شركة آبل (Apple)، حيث أطلق من خلال موقعه عددا من المبادرات لتحسين تجربة مبيعات التجزئة في أكثر من 490 متجرا من متاجر "آبل"، شملت أكثر من 65.000 ألف موظف للبيع بالتجزئة حول العالم.

وفي وقت سابق لعمله في "آبل" تولى موسى المدير المسؤول لإدارة التواصل الاجتماعي والمجتمع في شركة Nike، والرئيس الدولي للتسويق الرقمي، كما شغل لاحقا أول منصب مدير للتواصل الاجتماعي في Burberry. وبدأ موسى حياته العملية في مجال التسويق والإعلان، وتولى مناصب إدارية لدى JWT وSaatchi & Saatchi.

موسى طارق