ارتفاع أسعار بعض المجموعات المؤثرة في حركة الأرقام القياسية

«المركزية للإحصاء»: ارتفاع التضخم محليا بمعدل 3.04 في المئة خلال يونيو الماضي على أساس سنوي

أظهرت بيانات الادارة المركزية للاحصاء ارتفاع الارقام القياسية لاسعار المستهلكين التضخم في الكويت بمعدل 3.04 في المئة في شهر يونيو الماضي مقارنة بالشهر ذاته من عام 2012 وذلك على الاساس السنوي الجديد 2007.

وقالت الادارة في تقريرها الشهري الخاص بالتحليل الاحصائي للارقام القياسية لاسعار المستهلكين عن يونيو الماضي وخصت به وكالة الانباء الكويتية «كونا» ان معدل التضخم في الكويت على أساس شهري ارتفع بنسبة 0.23 في المئة مقارنة بسابقه يونيو الماضي وذلك نتيجة ارتفاع أسعار بعض المجموعات الرئيسية المؤثرة في حركة الارقام القياسية وانخفاض البعض الآخر. وأضافت ان الرقم القياسي الشهري لاسعار المستهلكين شهد في يونيو الماضي ارتفاعا في ثمان من مجموعاته الرئيسية المؤثرة في حركة الارقام الاقياسية وانخفاضا في اربع أخرى توزع المواد والخدمات والسلع الاكثر استهلاكا من قبل الافراد والاسر على 12 مجموعة رئيسية وفق تصنيف الاستهلاك الفردي حسب الغرض الصادر عن توصيات مكتب الاحصاء التابع للامم المتحدة.

وبينت ان المجموعة الرئيسية التي شهدت أكبر ارتفاع في معدل التضخم لها خلال يونيو الماضي على أساس سنوي كانت مجموعة السجائر والتبغ للشهر الثاني على التوالي بنسبة 8.71 في المئة في حين شهدت مجموعة الاتصالات أقل ارتفاع بمعدل التضخم وبنسبة 0.10 في المئة على اساس سنوي كذلك.

وذكرت أن الرقم القياسي للمجموعة الرئيسية الاولى الاغذية والمشروبات ارتفع في شهر يونيو الماضي بنسبة 5.82 في المئة مقارنة بالشهر ذاته من 2012 في وقت شهدت فيه المجموعة ارتفاعا شهريا بنسبة 0.07 في المئة مقارنة بشهر مايو الماضي.

وقالت ان ست مجموعات فرعية ضمن هذه المجموعة شهدت ارتفاعا في أسعارها القياسية على أساس شهري مقارنة بشهر مايو الماضي وهي مجموعات منتجات الالبان والبيض التي ارتفعت بواقع 0.22 في المئة واللحوم والدجاج ب 0.35 في المئة لافتة الى ارتفاع الخبز والحبوب بواقع 0.25 في المئة والخضراوات الطازجة ب 0.45 في المئة والسكر ومنتجاته ب 1.30 في المئة وارتفعت مجموعة مواد غذائية اخرى بـ 0.53 في المئة والمشروبات 0.37 في المئة.

واضافت ان مجموعتين فرعيتين ضمن هذه المجموعة شهدتا انخفاضا في أسعارهما القياسية على اساس شهري وهما الزيوت والدهون بـ 0.51 في المئة والفواكه الطازجة بـ 2.31 في المئة.

وذكرت ان الرقم القياسي للمجموعة الرئيسية الثانية السجائر والتبغ ارتفع في يونيوالماضي بنسبة 8.71 في المئة على أساس سنوي فيما انخفض بنسبة 0.30 في المئة على أساس شهري وشهدت مجموعتان فرعيتان ضمن هذه المجموعة هما السجائر وتبغ الشيشة ارتفاعا في أسعارهما بنسبة 0.22 في المئة وبـ 0.36 في المئة على التوالي وذلك على أساس شهري.

وبينت ان الرقم القياسي للمجموعة الرئيسية الثالثة الكساء وملبوسات القدم انخفض في يونيو بنسبة 0.55 في المئة على أساس سنوي في حين ارتفع بنسبة 0.23 في المئة على أساس شهري مرجعة الارتفاع الى ما شهدته مجموعتان فرعيتان في المجموعة الرئيسية من تغيرات بالاسعار على أساس شهري حيث ارتفعت اسعار مجموعة الملابس بنسبة 0.23 في المئة ومجموعة ملبوسات القدم بنسبة 0.77 في المئة.

وأشارت الى أن المجموعة الرئيسية الرابعة وهي خدمات المسكن سجلت ارتفاعا في معدل التضخم خلال شهر يونيو الماضي بنسبة اربعة في المئة على اساس سنوي في حين سجلت المجموعة الرئيسية الخامسة المفروشات المنزلية ومعدات الصيانة ارتفاعا بلغ في يونيو الماضي 2.66 في المئة على أساس سنوي وارتفاعا بنسبة 0.61 في المئة على أساس شهري.

وقالت الاحصاء في تقريرها ان المجموعة الرئيسية السادسة الصحة سجلت ارتفاعا في معدل التضخم السنوي خلال شهر يونيو الماضي بنسبة 1.52 في المئة في حين انخفض الرقم القياسي لها عند القياس على أساس شهري عن معدله السابق في شهر مايو بنسبة 0.16 في المئة.

وأضافت ان مجموعة النقل الرئيسية السابعة سجلت ارتفاعا في معدل التضخم السنوي بنسبة 1.40 في المئة خلال يونيو الماضي وسجلت ارتفاعا في المعدل بنسبة 0.16 في المئة على أساس شهري «وانخفضت اسعار المجموعة الفرعية تشغيل معدات النقل الشخصية بنسبة 0.17 في المئة في حين انخفضت المجموعة الفرعية شراء المركبات بنسبة 0.23 في المئة على أساس شهري». وذكرت ان الرقم القياسي للمجموعة الرئيسية الثامنة الاتصالات ارتفع في يونيو الماضي بنسبة 0.10 في المئة على أساس سنوي في حين انخفض الرقم القياسي لهذه المجوعة بنسبة 0.2 بالمئة على اساس شهري خلال ذات الشهر «نتيجة انخفاض اسعار المجموعة الفرعية معدات الهاتف والفاكس بنسبة .1.52في المئة». وبينت ان المجموعة الرئيسية التاسعة الترفيهية والثقافية شهدت ارتفاعا في معدل التضخم السنوي بنسبة 1.90 في المئة خلال شهر يونيو الماضي وارتفع الرقم القياسي لها على أساس شهري بنسبة 0.31 في المئة. ولفتت الى أن المجموعة الرئيسية العاشرة التعليم ارتفع فيها معدل التضخم السنوي في يونيو الماضي بنسبة 0.16 في المئة في حين ارتفع هذا المعدل على أساس شهري بنسبة 0.65 في المئة في حين ارتفع التضخم للمجموعة الرئيسية الـ11 المطاعم والفنادق على أساس سنوي خلال شهر يونيو الماضي 0.24 في المئة.

ويعتبر الرقم القياسي لأسعار المستهلك أداة لقياس التغير في مستويات الاسعار عموما بين فترتين قد تكون شهرية او سنوية وعادة ما يكون مؤشرا أساسيا لقياس التضخم او الانكماش الاقتصادي ما يمكن من خلاله المقارنة بين الدول عند اتخاذ القرارات الاقتصادية والتجارية والنقدية والمالية.

وكانت منهجية الارقام القياسية لأسعار المستهلك لسنة الاساس الجديدة 2007 استندت الى البيانات المستخلصة من 455 مصدرا من مختلف محافظات البلاد في وقت ضمت سلة المستهلك الجديدة السلع والخدمات الاكثر استخداما من قبل الافراد والاسر والتي تم اختيارها خلال بحث الدخل والانفاق الاسري.

وتختلف أوزان السلع والخدمات في السلة حسب أهمية القيمة المالية للسلع ومدى استفادة المستهلك منها علما ان عدد المواد المشمولة في سلة المستهلك العينة لسنة الاساس 2007 الجديدة يبلغ 500 مادة و1996 سلعة موزعة على 12 مجموعة رئيسية تجري عليها 8240 قراءة.

ارتفاع التضخم بشكل قياسي في الأغذية والمشروبات

■ 6 مجموعات فرعية شهدت ارتفاعاً على أساس شهري مقارنة بشهر مايو

نمو بنسبة 47 في المئة بالمبيعات

«علي الغانم» تحقق أداء قياسياً لمجموعة BMW في الكويت خلال النصف الأول

bmw تحقق أداء قياسيا

سجّلت شركة علي الغانم وأولاده للسيارات، الوكيل الحصري والموزّع المعتمد لمجموعة BMW في الكويت، نموا بنسبة 47 في المئة في مبيعات BMW وMINI خلال النصف الأوّل من عام 2013 مقارنة بالفترة عينها من عام 2012، مختتمة بذلك النصف الأوّل الأكثر نجاحاً في تاريخ المؤسسة.

وباتت الكويت السوق الشرق أوسطية الأفضل أداءً في نمو المبيعات وثالث أفضل سوق بعد أبو ظبي والسعودية في عدد سيارات BMW وMINI المباعة. وتشير هذه الأرقام إلى قوّة السوق الكويتية وتبرز الطلب الكبير على سيارات مجموعة BMW وأهمّية التركيز الذي توليه شركة علي الغانم وأولاده للسيارات على تقديم خدمة عملاء ممتازة وعروض متنوّعة ومنشآت راقية لتلبية النمو المستمرّ الذي تشهده علامات المجموعة. وتشير هذه الأرقام أيضا إلى إقبال العملاء الكويتيين على السيارات الفخمة.

كانت BMW الفئة الخامسة الطراز الأفضل مبيعاً بالنسبة إلى الوكيل الحصري مع زيادة في المبيعات بنسبة 23 في المئة مقارنة بالفترة نفسها من عام 2012. وتجدر الإشارة إلى أنّ هذه السيارة من أبرز منتجات مجموعة BMW الأساسية وتجمع التصميم الرياضي الأنيق مع الراحة الكبيرة وأعلى مستويات الفعالية في فئتها، وهي كذلك سيارة يحتذى بها في مجال ديناميكيات القيادة والسلامة بعد أن سجّلت 5 نجوم في برنامجي تقييم سلامة السيارات الأمريكي والأوروبي.

إلى ذلك، حققت BMW الفئة السابعة التي تُعتبر ثاني أعلى حجم من المبيعات، نموا بنسبة 83 في المئة. ومن الطرازات التي شكلت دافعا لأرقام المبيعات الإيجابية في الشركة سيارتا BMW الفئة السادسة وBMW X3 اللتان شهدتا ارتفاعا في المبيعات نسبته 285 في المئة و216 في المئة على التوالي.

ولا تزال MINI تستقطب الجماهير وتحظى بشعبية واسعة عبر مختلف شرائح الأعمار في الكويت. ففي الأشهر الستة الأولى من السنة تصدر طليعة المبيعات طرازا MINI Countryman و MINI Hatch. وقد رحّبت شركة علي الغانم وأولاده للسيارات مؤخّرا بالعضو السابع الذي انضمّ إلى عائلة MINI هو MINI Paceman، أوّل سيارة في العالم من طراز Sports Activity Coupé. وبفضل عناصرها الناشطة والديناميكية وتصميمها الانسيابي، تثبت هذه السيارة بأنّها إضافة مميّزة لمحفظة الوكيل الحصري من المنتجات.

تعليقا على نمو المبيعات القياسي، قال السيد يوسف القطامي، المدير العام لشركة علي الغانم وأولاده للسيارات: «إننا سعداء جدا بأدائنا في الأشهر الستة الأول من السنة، ولا سيما أننا سجّلنا النمو الأعلى في أسواق الشرق الأوسط كافة. ويعود ذلك إلى تركيزنا على تنمية علامات مجموعة BMW في الكويت من خلال منح جميع عملائنا منتجات وخدمات عالية الجودة. نتيجة لذلك، ما زالت طرازاتنا تلقى رواجاً كبيرا. وفي المستقبل، سنستقبل في صالاتنا عددا من الطرازات الجديدة التي تتحلى بتصاميم جميلة وتقنيات متقدّمة، وبالتالي، نتطلع قدما إلى مستقبل باهر، وإننا على ثقة بأن هذه السنة ستكون سنة قياسية جديدة.»

بشكل عامّ، أعلنت مجموعة BMW عن زيادة بنسبة 22 في المئة في مبيعاتها للنصف الأوّل من عام 2013 مقارنة بالفترة نفسها من العام الماضي، وقد سلّم صانع السيارات الأنجح عالميا رقما قياسيا من السيارات بلغ 12.657 سيارة من BMW و MINI لعملائه في 13 سوقا في الشرق الأوسط.

برامج التأهيل الاستثماري في كل من الكويت ومدريد وسان فرانسيسكو

«بريلنت لاب» حاضنة مشاريع صغيرة بمقاييس عالمية

■ الديحاني: المشروعات الصغيرة هي أكبر من مجرد شعارات وحملات إعلامية وعلى الحكومة أن تنظر إليها من مبدأ استثماري بحت

■ الحساوي: الشركات الاستثمارية لديها الرغبة الكاملة لشراء حصص بمشاريع صغيرة واعدة

صورة للمشاركين في البرنامج التأهيلي

جانب من المؤتمر

تاسست بريلينت لاب على يد كوادر كويتية شابة طموحة تتمتع بخبرات عملية واسعة في مجال تطوير الاعمال وتقييم المشاريع وادارة المحافظ الاستثمارية، ويمثلها السيد ندا الديحاني المؤسس والرئيس التنفيذي لبريلينت لاب والسيد عبدالله الحساوي – شريك – والرئيس التنفيذي لقطاع الاستثمار في شركة بريلنت لاب، وقد جمعتهما روح الزمالة أثناء دراستهما للماجستير في تخصص ادارة الاعمال الدولية في جامعة – IE Business School انسيستوتو دي امبريزا الشهيرة ذات التصنيف العالمي من الفايننشل تايمز في العاصمة الاسبانية مدريد.

وبريلنت لاب هي عبارة عن اول حاضنة مشاريع صغيرة وبالأخص التكنولوجية منها بنظام الاكسيليريتور الذي يعد نظاما استثماريا عالميا جديدا، يفسح المجال للانضمام الى احدى البرامج التأهيلية التي تتراوح مابين 3 الى 6 أشهر بهدف الوصول الى الجدوى الاقتصادية المثلى للمشروع وعرضه على المستثمرين او شركاء استراتيجيين من عملاء بريلنت لاب في منطقة الخليج والوطن العربي.

يتضمن هذا البرنامج المهني صقل مهارات المبادرين المشاركين فيه من خلال التعمق في العناصر الرئيسة لإنشاء أي مشروع كالعمليات، والتسويق، ودراسة الجدوى الاقتصادية تحديدا للمشاريع الخاصة بهم حيث يكمن الهدف المنشود في إعداد خارطة الطريق الخاصة بكل مشروع وعرضها على شركات الاستثمار وصناديق التمويل المتخصصة في هذه الفئة من المشاريع. كما تتمتع بريلنت لاب بعلاقات دولية واسعة مع جهات استثمارية لكي يتسنى للمبادرين عرض المشاريع الخاصة بهم وذلك لإتاحة فرص استثمارية جديدة يتمكن من خلالها صاحب المشروع من المضي قدما في التطبيق او التوسع في مشروعه الخاص.

وتعتبر بريلنت لاب من اولى الحاضنات العربية الخاصة بالمشاريع الصغيرة التي تمتلك شراكات استراتيجية مع جهات تأهيلية وجامعات عالمية كجامعة ستانفورد الامريكية وجامعة بيركلي ومحفز الاستثمار العالمي Google Venture جووجل فنتجر وشركة – Warya وبرا الاسبانية التابعة لشركة الاتصالات الإسبانية تليفونكا العملاقة في مجال الاتصالات والتكنولوجيا في اوروبا وامريكا اللاتينية

والهدف الأساسي لهذا البرنامج التدريبي يسعى البرنامج بدرجة أساسية إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي: تأمين التمويل الأولي اللازم لكل مشروع وتقليص البطالة المقنعة والمنتشرة على نطاق واسع في الوطن العربي بوضع الشخص المناسب في المكان المناسب من خلال توجيه المبادرين نحو اهدافهم ورغباتهم الشخصية والتي عادة ما يكون الشغف هو العامود الفقري لنجاحها. وخلق فرص وظيفية حقيقية من شانها تنشيط ودعم الاقتصاد المحلي.

كيف تبدأ برامج بريلنت لاب الاستثمارية؟ وكيف تنتهي؟

يبدأ البرنامج من خلال الإعلان عن فتح باب التقديم عبر وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي. وتسمى هذه المرحلة بمرحلة التسجيل او – Calling for applicants كوولنج فور ابلكنتس والذي يتيح بدوره الفرصة للمشاريع حديثة النشء، ونقصد بها المشاريع التي تبدأ من مجرد فكرة وصولا بالمشاريع التي لا يزيد عمرها التشغيلي عن 4 سنوات والتي تتطلع الى تأسيس علاقات استثمارية وتجارية تمكنها من المضي في عملها بصورة احترافية. كما أن بوسع اصحاب المشاريع الصغيرة المتعثرة الالتحاق بالبرنامج وذلك للتعرف عن افضل سبل تعديل المسار واعادة تقييم القيمة السوقية واستراتيجيات الهيكل التنظيمي لشركات المبادرين المتعثرة، خلال مراحل البرنامج التأهيلي والاستثماري.

وتتكون برامجنا التأهيلية في مجال الاستثمار من 6 مراحل مكونة على النحو التالي مرحلة التسجيل مرحلة الانتقاء مرحلة التقيم والاختيار مرحلة الارشاد وتيقيم الجدوى الاقتصادية مرحلة اعداد النموذج النهائي البروتو تايب يوم الاستثمار مرحلة عرض المشاريع على المستثمرين.

كيف يتم تقييم تجربة المشروعات الصغيرة في الكويت؟

في هذا الجانب أكد الديحاني أنه إذا أجرينا مقارنة بين تجربة المشاريع الصغيرة في الكويت بالتجارب العالمية فهي تعتبر نوعا ما متأخرة بعض الشيء، فنحن لا نزال ننظر الى المشاريع الصغيرة وكأنها دعايات اعلامية وشعارات سياسية. لذا نناشد الحكومة ان تعيد النظر في مجال المشروعات الصغيرة وان تتعامل معه بمبدأ استثماري بحت، اما عن طريق الاستثمار المباشر او عن طريق تفويض شركات التأهيل والاستثمار المختصة مع وجود نظام محاسبي من قبل الحكومة يشجع ويدعم قصص النجاح التي استثمر فيها من قبل شركات استثمارية خاصة. كما يوفر هذا النظام جزاءات على اي تعديات استثمارية لم تتوافر بها العناصر الأساسية للاستثمار.

ان تطبيق هذا النظام يعتبر الخطوة الاولى وحجر الاساس لكي نصل الى مرحلة متقدمة من النضوج الاستثماري الصحيح، وعلينا ان نتقبل المخاطر والتحديات ان اردنا ان نتطلع الى العوائد فلا يوجد ما يسمى بالاستثمار الآمن الكلي.

التجربة العالمية اكدت اليوم وفي ظل الأزمات الاقتصادية ان الاستثمار في المشاريع الصغيرة والمتوسطه هي المعادلة الامثل، فهناك دول متقدمة تعتبر إسهام المشاريع الصغيرة بنسبة تتراوح ما بين 40 في المئة 60 بالمئة من الدخل القومي الخاص بها.

كما اكد الحساوي بان الكويت امام مرحلة جديده لإعادة موازنة الاقتصاد المحلي وتنويع مصادر الدخل، فالشباب الكويتي اليوم اكثر فاعلية، ويتطلع الى عمل كل ما هو جديد في عالم الاعمال، والدليل على ذلك طفرة الأعمال المتواجدة في خدمات التواصل الاجتماعي والتكنولوجي. كماذكر الحساوي انه ومن خلال خبرته العملية في مجال الاستثمار بان الشركات الاستثمارية تتطلع دائما إلى شراء حصص بمشاريع صغيرة ومتوسطة واعدة من تلك التي تمتلك الفريق المناسب وتمتلك الجدية والعطاء في العمل.

ما هي اهم برامج التأهيل والاستثمار التي تم تطبيقها من قبلكم خصيصا في الكويت؟

اكد الديحاني ان بريلنت لاب بدأت اول برنامج تأهيلي للمبادرين من اصحاب الافكار التجارية بالتعاون مع مكتب الانشطة التابع للجامعة الأمريكية بالكويت، والذي التحق به اكثر من 22 مبادر فيما تم تنفيذ ورشة عمل ضمن الدراسة الاولية لتسويق المنتج. كما تم عمل ورشة اخرى حول كيفية دراسة الجدوى الاقتصادية لهؤلاء المبادرين.

وفي 2012 تم التعاون مع شركة زين للاتصالات لتصبح بريلنت لاب الشريك الاستراتيجي لعمل برنامج Zain Great Idea «زين غريت أيديا» وهو برنامج تأهيلي استثماري تم من خلاله انضمام اكثر من 30 صاحب مشروع صغير ومرافقتهم الى اسبانيا وبالتحديد جامعة – IE Business School انيستوتو دي امريزا لحضور البرنامج التأهيلي والخاص بكيفية اعداد دراسات الجدوى الاقتصادية لهذه المشاريع بهدف عرض مشاريعهم على شركات استثمارية متخصصه في كل من الكويت والخليج العربي في اكتوبر المقبل.

وتعمل بريلنت لاب حاليا على التحضير لفتح باب التسجيل في سبتمبر القادم للبرنامج التأهيلي الاول من نوعه للمشاريع التكنولوجية وتطوير برامج الهواتف الذكية والذي سيتم تطبيقه في ولاية سان فرانسيسكو الامريكية وتحديدا في بقعة الشركات التكنولوجية المعروفة بـ Silicon Valley سيليكون فاليي. وسيتم تزويد المبادرين بكافة البيانات الخاصة بالتسجيل بعد اجازة عيد الفطر السعيد.