

15/03/2000

Pelabur semakin terpicat syarikat teknologi

Wan Sabariah Shikh Ali

PADA 1 Februari, apabila Asia Internet Holdings mengumumkan membeli 50.04 peratus kepentingan dalam Dai-ichi Industries, harga saham syarikat pembuat pembesar suara kereta itu naik RM1.20 kepada RM6.25 keesokan harinya.

Terbaru, saham DiGi Swisscom Bhd mencatat kenaikan melebihi had maksimum pada Isnin untuk ditutup pada RM10.70 berikutan pengumuman pengambilalihan kepentingan oleh gergasi pelaburan internet Jepun, Softbank Corp.

Keghairahan pelabur terhadap Dai-Ichi dan DiGi itu adalah contoh trend yang 'menyerang' syarikat teknologi (atau yang dianggap sebagai syarikat teknologi) sejak suku keempat tahun lalu.

Sebarang pengumuman mengenai kegiatan berkaitan Internet, e-dagang, e-perniagaan, pengambilalihan syarikat dotcom, penyenaaran di Nasdaq, disambut dengan keghairahan pelabur tanpa mengambilkira sama ada syarikat terbabit mempunyai kegiatan perniagaan yang konkrit untuk menyokong pengumumannya, akan menyaksikan lonjakan harga di pasaran saham.

Sama ada keghairahan itu berasaskan fakta (unjuran keuntungan dan fundamental syarikat) atau semata-mata kerana pelabur diserang 'demam' Internet sudah banyak diperdebatkan.

Persoalannya ialah sampai bilakah 'bebuih' internet akan memungkinkan lonjakan mata Indeks Komposit Bursa Saham Kuala Lumpur (BSKL) atau adakah ia ulangan kepada keghairahan sementara seperti pelaburan di China (1993-1994), kaunter pembalakan dan perjudian (awal 1990-an) dan kegiatan pengambilalihan berbalik untuk memasuki pasaran (1995-1996).

Seperti mana peringatan supaya "jangan terbakar jari" yang pernah disuarakan ketika keghairahan pasaran saham 1996-1997, nasihat Perdana Menteri, Datuk Seri Dr Mahathir Mohamad, kelmarin supaya pelabur beringat terhadap bebuih dotcom amat perlu diambil perhatian.

Penganalisis berkata, situasi di Malaysia sekarang adalah serupa dengan di Amerika Syarikat kira-kira dua tahun lalu yang mana pelabur runcit tidak dapat membezakan di antara syarikat telekomunikasi, penyedia perkhidmatan internet (ISP), penyedia jalur lebar atau gerbang Internet.

Selepas keghairahan fasa pertama itu, pasaran kemudian membuat 'proses penghapusan' dengan mengasingkan syarikat Internet yang baik (kekal) dan syarikat Internet yang akan mati dengan sendirinya.

Di Amerika kini, pasaran sudah menjadi cekap selepas fasa pertama pertumbuhan syarikat Internet, iaitu ketika pelabur yang 'demam dotcom' membeli apa sahaja saham syarikat teknologi yang ditawarkan.

Di pasaran negara itu sekarang, era enjin carian (untuk Internet), sudah berlalu. Pelabur sudah mengenal pasti bahawa hanya dua atau tiga firma enjin carian, seperti Yahoo, akan kekal. Oleh itu, jika muncul satu lagi syarikat enjin carian, pelabur tidak lagi memberikan sambutan.

Jepun juga kini mengalami era pembetulan dotcom dengan kejatuhan saham Internet di Bursa Saham Tokyo sejak sebulan lalu. Softbank sendiri yang menjadi terbitan utama internet mengakhiri dagangan kelmarin pada 94,200 yen, susut 48 peratus berbanding 18 Februari.

Penganalisis mengunjurkan Jepun ketinggalan kira-kira setahun berbanding Amerika Syarikat. Selepas tempoh ini, fasa kedua bermula dengan pelabur dalam kegiatan e-dagang akan bertumpu kepada kegiatan sebenar e-dagang manakala pelabur lain akan lebih menilai hala tuju perniagaan sebenar.

Sebelum membuat keputusan melabur dalam syarikat Internet, seorang penganalisis dipetik oleh sebuah majalah perniagaan tempatan telah

menasihatkan pelabur supaya melihat kepada lima jenis saham Internet - iaitu syarikat pengeluar cip seperti Unisem; syarikat telekomunikasi dengan aplikasi web tanpa wayar atau berjalur lebar; sektor kewangan yang melaksana e-dagang; syarikat perisian dengan inovasi internet yang cekap dan syarikat ciptaan kandungan.

Dari perspektif pasaran modal pula, Pengerusi Eksekutif Bursa Dagangan Sekuriti dan Sebut Harga Automasi (Mesdaq), Khairil Anuar Abdullah, ketika mengulas perkembangan era dotcom, berkata perubahan berlaku dengan amat pantas akibat pertumbuhan syarikat Internet. Kesannya terhadap syarikat yang menerbitkan saham, kata beliau, ialah mereka terpaksa mengubahsuai rantai nilai untuk disesuaikan dengan kehendak pasaran dan menghadapi kemungkinan pengambilalihan.

Dari segi pelabur, katanya, mereka berpeluang mendapat pulangan tinggi dari pelaburan jika memilih 'pemenang' tetapi terpaksa berhadapan dengan turun naik harga yang pantas dan pertumbuhan Internet yang pantas.

Pasaran modal sendiri, kata Khairil, berhadapan dengan perubahan yang mana perantara pasaran berhadapan dengan kejatuhan kos apabila urusan niaga dilakukan secara langsung menerusi Internet, jangkaan pelabur yang tinggi, pesaing baru dan seni bina pasaran yang sama sekali baru di mana pasaran global menyediakan platform dagangan tujuh hari seminggu selama 24 jam sehari.

Bagi syarikat dan pelabur di Malaysia, perkembangan di pasaran modal ini, sama ada berhubung bentuk serta karakteristik pasaran pada masa depan atau tempoh tamatnya fasa pertama dan bermulanya fasa kedua, perlu diberi perhatian sekiranya tidak mahu kecundang.

Antara pengajaran daripada krisis kewangan 1997-1999 ialah dalam gelombang ekonomi mana sekalipun, sama ada lama atau baru, daya keuntungan syarikat dalam jangka panjang adalah sama ada asasnya kukuh atau rapuh, tidak kiralah sama ada ia syarikat dotcom atau pun tidak.

(END)