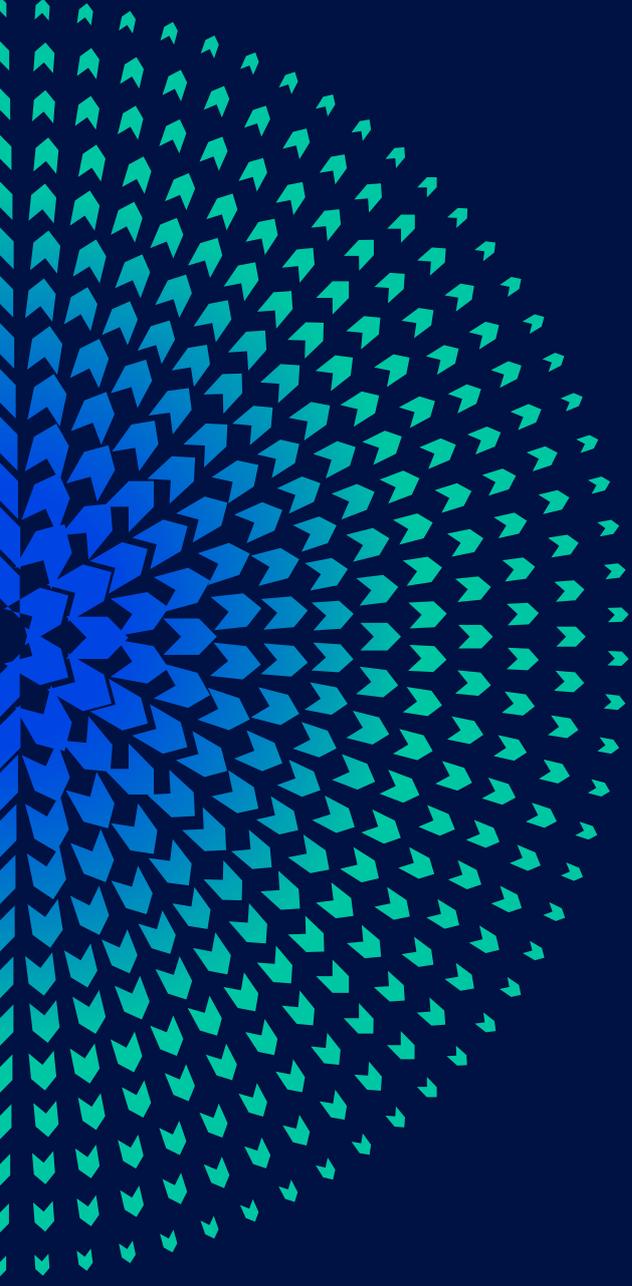
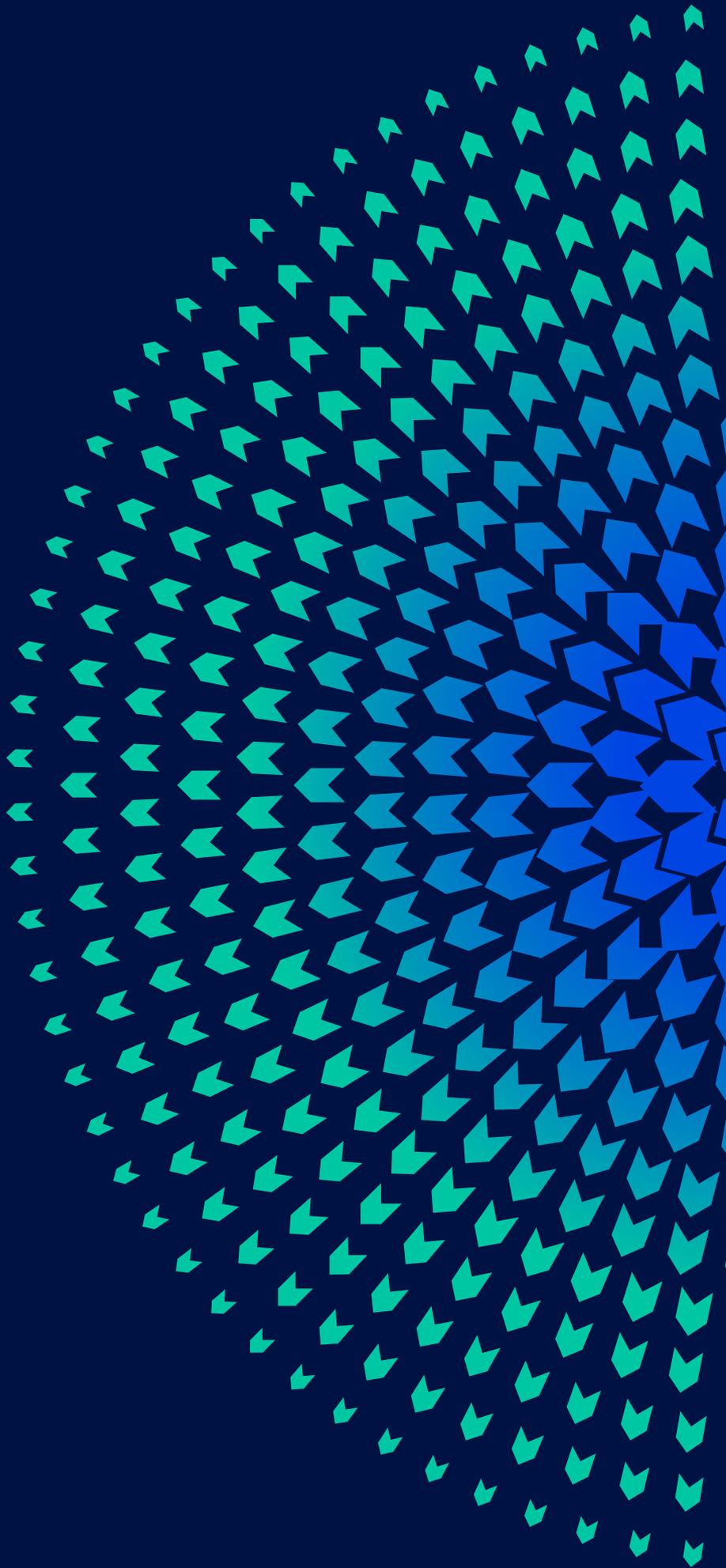


المستثمرين على علاقات

دليل أفضل الممارسات في مجال علاقات المستثمرين





| | |
|----|---|
| 5 | 1. مقدمة حول علاقات المستثمرين |
| 6 | 1.1 ما هي «علاقات المستثمرين»؟ |
| 6 | 1.2 تأثير علاقات المستثمرين وأهميتها |
| 7 | 1.3 الأهداف |
| 8 | 1.4 التوجهات الحديثة في مجال علاقات المستثمرين |
| 9 | 1.5 علاقات المستثمرين في السوق المالية السعودية |
| 9 | 1.6 الممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة |
| 10 | 1.7 بناء واختيار فريق علاقات المستثمرين |
| 18 | 2. جمهور علاقات المستثمرين |
| 18 | 2.1 أنواع المستثمرين |
| 20 | 2.2 المحللون |
| 21 | 2.3 وسائل الإعلام |
| 22 | 2.4 الأطراف الداخلية |
| 23 | 3. بناء برنامج علاقات المستثمرين |
| 24 | 3.1 رسائل البرنامج |
| 24 | 3.2 موارد البرنامج |
| 25 | 3.3 المهام الرئيسية في تقويم علاقات المستثمرين |
| 25 | • النتائج المالية |
| 30 | • التقرير السنوي |
| 33 | • الجمعية العمومية السنوية |
| 33 | • العروض التقديمية والأحداث الأخرى |
| 35 | • دراسة الآراء والتوقعات |
| 35 | • تحليل سجل الأسهم |
| 36 | 3.4 علاقات المستثمرين للطروحات العامة الأولية والثانوية |
| 36 | • طرح عام أولي |
| 37 | • مبادرات أخرى لزيادة رأس المال |
| 42 | 3.5 الموقع الإلكتروني لعلاقات المستثمرين |
| 43 | 3.6 العمليات اليومية |
| 45 | 3.7 معالجة الأزمات والقضايا الحساسة |
| 49 | 4. المتطلبات التنظيمية والرقابية |
| 50 | 4.1 المبادئ الأساسية |
| 50 | 4.2 الإطار التنظيمي في المملكة العربية السعودية |
| 51 | 4.3 التزامات الإفصاح |
| 53 | 4.4 حوكمة الشركة |
| 53 | 4.5 سلوكيات السوق |
| 56 | 5. قياس القيمة |
| 58 | 6. البقاء في المقدمة في علاقات المستثمرين |
| 59 | 6.1 تغيير المشهد |
| 59 | 6.2 دور أكثر فاعلية |
| 60 | 7. الموارد المتاحة لفرق علاقات المستثمرين |
| 61 | 7.1 مخطط لمدة 12 شهراً |
| 62 | 7.2 القائمة المرجعية لنتائج الأرباح |
| 63 | 7.3 دليل بيان الأرباح |
| 64 | 7.4 دليل العروض التقديمية الخاصة بالأرباح |
| 64 | 7.5 القائمة المرجعية لمكالمة مناقشة الأرباح |
| 65 | 7.6 القائمة المرجعية للتقرير السنوي |

منذ اطلاقنا أول دليل لأفضل الممارسات في مجال علاقات المستثمرين في عام 2018م، تغير مشهد السوق المالية في المملكة العربية السعودية تغيراً كبيراً، حيث كانت تداول السعودية في مقدمة هذا التغيير كونها واحدة من أكبر الأسواق الناشئة وأكثرها سيولة في العالم. وقد واصلت تداول السعودية ريادتها عبر تنفيذ العديد من المبادرات ومواصلتها نحو النمو خلال السنوات الماضية، حيث ارتفعت القيمة السوقية مع ازدياد وتنوع الشركات المدرجة ضمنها حديثاً. ونهدف في عام 2023م والسنوات المقبلة إلى الحفاظ على الزخم واستقطاب الشركات ذات الأحجام والقطاعات المختلفة في أسواقنا.



يعمل إطارنا للإدراج في السوق على تحقيق هذه الغاية، مع استيعاب الشركات بمختلف أحجامها وقطاعاتها، حيث سجل عام 2022م رقماً قياسياً في عمليات الإدراج في السعودية. ومع نهاية العام، تم استقطاب مستثمرين جدد من جميع أنحاء العالم وقمنا بإدراج 19 ورقة مالية في السوق الرئيسية (تاسي) و 32 عملية إدراج في نمو - السوق الموازية بالإضافة إلى إدراج صك واحد في سوق الصكوك والسندات للشركات و 8 صكوك حكومية.

وفي الوقت الذي نتطلع فيه قدماً لتحقيق المزيد من النجاحات في المستقبل، نؤمن في تداول السعودية بأن الاستدامة ستظل أولوية رئيسية للشركات والأسواق في جميع أنحاء العالم ومتطلباً رئيسياً لجذب المزيد من الاستثمارات. انطلاقاً من هذا المبدأ، قمنا بنشر الدليل الإرشادي للممارسات البيئية والاجتماعية وحوكمة الشركات في عام 2021م للمُصدرين، بالإضافة إلى مواصلة جهودنا في تعزيز الثقافة المالية، وإنشاء نظام مالي أكثر استقراراً وشفافية يدعم نمو الأعمال والأنشطة ذات العلاقة.

كما نتطلع إلى سنواتٍ عديدةٍ قادمة مليئةً بالنمو والازدهار ودعم الجهود المتوافقة مع أهداف برنامج تطوير القطاع المالي ضمن رؤية المملكة الطموحة 2030م، والتي رسخت بدورها مكانة المملكة العربية السعودية الإيجابية وعززت موقعها في مصاف مؤشرات الاستثمار العالمية.

وفي الوقت نفسه، ندرك أن آراء المستثمرين تجاه الشركات المدرجة قد تغيرت. ومع وضع هذه التغييرات في عين الاعتبار، يُقدم دليل أفضل الممارسات في مجال علاقات المستثمرين بنسخته الجديدة معلومات ونصائح عملية ورؤى تتناسب مع بيئة السوق المالية السعودية، من أجل تمكين ممارسي مهنة علاقات المستثمرين بجميع الشركات المدرجة في تداول السعودية من تطبيق أفضل الممارسات والمعايير الدولية المعتمدة في مجال علاقات المستثمرين. حيث يعد النجاح في تطبيق هذه الممارسات أمراً بالغ الأهمية، ليس فقط على الشركة المدرجة فحسب، وإنما أيضاً لتعكس متانة السوق المالية في المملكة وتنوع قطاعات الأعمال في السوق المالية السعودية.

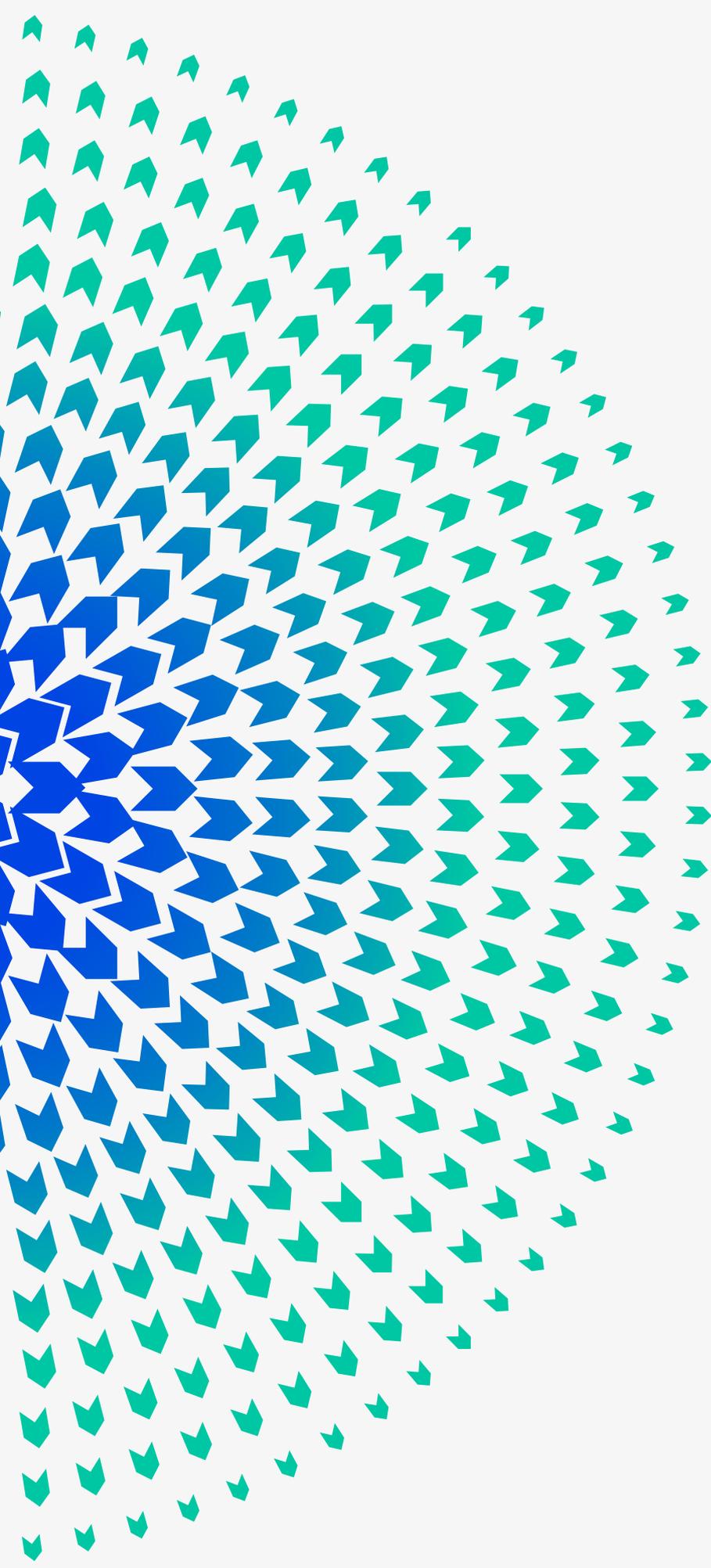
كما نتطلع إلى أن يكون هذا الدليل مصدراً قيماً وموثوقاً لأفضل الممارسات في مجال علاقات المستثمرين للشركات المدرجة في تداول السعودية، وأن يكون عاملاً تمكيناً أساسياً في رحلتها نحو المزيد من النمو، ودعم التواصل والتفاعل مع المجتمع المالي.

محمد الرميح، المدير التنفيذي لشركة تداول السعودية

موقع

مقدمة حول علاقات المستثمرين

1



1.1

ما هي "علاقات المستثمرين"؟

أفضل ما تُعرّف به علاقات المستثمرين هو أنها قناة تواصل استراتيجية تنشئها الشركة المدرجة بهدف إجراء تواصل فعال بين الشركة ومستثمريها الحاليين والمحتملين بشكل خاص، والمجتمع المالي والأسواق المالية بشكل عام. وتحمل هذه العلاقة قدراً كبيراً من الأهمية خصوصاً عند تملك المستثمرين حصصاً في الأسهم المصدرة للشركة، ما يعني أن جانباً من اتخاذ القرارات يعود إليهم، على الرغم من عدم مشاركتهم عادةً في عملياتها اليومية أو الروتينية. وبالتالي، قد لا يتوافر لدى المستثمرين سوى معلومات محدودة عن الشركة مما سبق نشره ما لم يتم إبقائهم مطلعين بشكل جيد. وفي هذا السياق، تلي إدارة علاقات المستثمرين في الشركة هذا المطلب من خلال العمل كقناة اتصال موثوقة بين مجلس إدارة الشركة والإدارة التنفيذية من جهة والمساهمين من جهة أخرى. وتتميز هذه العلاقة بأنها ثنائية الاتجاه؛ فعلاقات المستثمرين الفعالة تعمل بشكل وثيق مع جميع أصحاب المصالح لإرسال ونقل المعلومات في كلا الاتجاهين لتعظيم الفائدة لأصحاب المصلحة.

والكثير من المعلومات التي تفصح عنها الشركات المدرجة هي متطلب نظامي تحت التشريعات والتنظيمات ذات العلاقة، كنتائجها المالية مثلاً. وبناء على ذلك، فإن جزءاً كبيراً من علاقات المستثمرين يتطلب مهارات عالية وقدرة على فهم طبيعة أعمال الشركة. ففي حين أنه في بعض الأحيان قد لا يُطلب من الشركة تحديد استراتيجيتها المدروسة للخمس سنين القادمة، لكن تحديدها بشكل واضح ومقنع سيعزز من فهم المساهمين لطبيعة عمل وأهداف الشركة بشكل أفضل.

ولا تقتصر الفئات المستهدفة لعلاقات المستثمرين على المستثمرين الحاليين للشركة، بل تدرج تحتها فئات أخرى. إذ ينبغي أيضاً استهداف المستثمرين المحتملين، بالإضافة إلى محلي الأسهم في البنوك ووسائل الإعلام والوسطاء الآخرين، بجانب التنسيق والعمل مع بعض الجهات الحكومية لتلبية بعض المتطلبات ذات العلاقة، والتي تتضمن تشكيل هيكل فعال ومرن لأعمال علاقات المستثمرين، والعمل كمنظومة متكاملة. ويرجع ذلك إلى أن لجميع هذه الفئات تأثير فعال، ويمكنها معاً بناء صورة قوية، إيجابية كانت أم سلبية، حول أداء وتوقعات الشركة.

1.2

تأثير علاقات المستثمرين وأهميتها

تمثل إدارة علاقات المستثمرين في الشركة دوراً محورياً واستراتيجياً في نجاح أو فشل الشركة بأكملها. وتتمثل أهميتها في شرح أسباب اختيار هذه الشركة بالتحديد من قبل المستثمرين للاستثمار فيها من بين العدد الهائل من الفرص الاستثمارية المتاحة لهم - بما في ذلك الشركات المنافسة والشركات الأخرى في مختلف القطاعات وفئات الأصول والمناطق الجغرافية. ومن هذا المنطلق، يجب أن يكون أفراد فريق علاقات المستثمرين على دراية تامة بأهم التطورات في أعمال الشركة واستراتيجياتها، إضافة إلى المهارات والخبرات ذات المستوى العالي والتي تمكنهم من ترجمة أهم الأحداث والتطورات الجوهرية إلى رسائل للمجتمع الاستثماري. وهذا بدوره يتضمن التحليل والفهم الشامل لجميع الأحداث على صعيد الشركة واحتياجات المجتمع الاستثماري.

وإضافة إلى معرفة المعلومات التي يجب نشرها لتلبية المتطلبات التنظيمية والرقابية، ومتى وكيفية القيام بذلك، يجب على فريق علاقات المستثمرين التحلي بالقدرة على تصميم وتنفيذ برنامج مقنع وفعال لعلاقات المستثمرين، من أجل الوصول إلى المستثمرين المناسبين بالطريقة الصحيحة. كما يجب أن يكونوا قادرين على المشاركة الفعالة مع إدارتهم العليا والمستثمرين وأصحاب المصلحة الآخرين، وأن يكونوا مستعدين لطرح وجهة نظرهم بثقة لصالح الشركة. ويجب عليهم أيضاً التنسيق الفعال مع الأقسام الأخرى في شركتهم كالتنسيق مع الأقسام البشرية والعلاقات العامة والتسويق والشؤون القانونية، من أجل ضمان مساهمة الجميع في بناء الصورة الكاملة. إضافة إلى ذلك، يجب أن يعرفوا كيفية ترك تأثير كبير وانطباع إيجابي في الاتصالات الروتينية، وكيفية التعامل مع أزمات مفاجئة تؤثر على سمعة الشركة.

كما يجب أن يتقن أفراد فريق علاقات المستثمرين مجموعة متنوعة من المهارات والقدرات وبناء المعارف. وعلى الرغم من أن الانضمام إلى فريق علاقات المستثمرين يُعد تحدياً كبيراً، إلا أنه يعد تجربة مفيدة ومجزية للغاية من حيث الإنجاز المهني وأهمية الدور الذي يلعبه هذا الفريق في نجاح الشركة المدرجة.

1.3

الأهداف

تتميز أهداف إدارة علاقات المستثمرين بأنها متنوعة وواسعة النطاق. وللمساعدة في تحقيقها، ينبغي أن تلتزم إدارة علاقات المستثمرين بمبدأ الشفافية ومراعاة الجوانب التي قد يكون لها تأثير في قرارات المجتمع الاستثماري. وإذا نجحت في القيام بذلك، فإن العديد من مهامها المحددة ستصبح تلقائياً في مكانها الصحيح ويتم إنجازها بكفاءة وفعالية.

تتطلب علاقات المستثمرين سياسة وموقفاً ونهجاً واضحاً للشفافية والتواصل، بحيث تهدف الشركة إلى إبقاء السوق على اطلاع بشكل عملي بالقدر الممكن بشأن التطورات والمستجدات الجوهرية المتعلقة بالشركة والتي من شأنها أن تساهم في اتخاذ القرارات الاستثمارية. كما تتطلب تصميم إطار عمل منظم ومفصل للغاية لعلاقات المستثمرين، مثل جدول الفعاليات والأنشطة المخطط لها مسبقاً والتي تمكّن علاقات المستثمرين من تقديم المعلومات عالية الجودة التي يتوقعها السوق.

يميل المستثمرون إلى التعامل مع الشركات التي تعتمد نهج الاتصال الفعال والواضح، أكثر من الشركات التي يرونها متحفظة في الإفصاح عن المعلومات أو لا تمتلك قنوات للتواصل مع الإدارة التنفيذية. وابتداءً من هذا المبدأ، سيتمكن فريق علاقات المستثمرين من السير على الطريق الصحيح للوصول إلى أهدافه.

وتشمل أهداف علاقات المستثمرين الرئيسية ما يلي:

• إعداد رسائل واضحة وفعالة

تعتمد سمعة ومكانة الشركة في الأسواق المالية بشكل كبير على رسائلها. وتُعرّف رسائل الشركة بما تقوله الشركة عن نفسها، وكيف ومتى تفعل ذلك. وتتضمن الرسائل على سبيل المثال لا الحصر، سرد بيانات عن الأسهم الإجمالية للشركة وكبار الملاك، بالإضافة إلى البيانات التي تُدلي بها حول أحداث ومواقف محددة. وينبغي أن تتصف الرسائل الفعالة بالصفات التالية:

➔ واضحة

➔ مختصرة

➔ مُكتملة

➔ مؤثرة

➔ متسقة

• مراقبة توقعات السوق

ينبغي لإدارة علاقات المستثمرين أن تراقب توقعات المجتمع الاستثماري للوصول إلى تقييم عادل للشركة. ويجب أن تضمن عدم زيادة المخاوف لدى المستثمرين وعدم خلطهم بين الأحداث. وهذا بدوره يتضمن التفكير بعناية في كيفية تفاعل المستثمرين مع بيانات الشركة أو الأحداث الخارجية ومراقبة كيفية تفاعلهم عن كثب. بناء على ذلك يمكن للشركة اتخاذ إجراءات فورية من خلال عمليات التواصل التي تقوم بها للتحكم في التوقعات وإعادة تحديدها حسب الضرورة.

• تحسين العلاقات مع المجتمع الاستثماري

يعد بناء العلاقات الوثيقة أمراً أساسياً في تعزيز علاقات المستثمرين. ويتضمن ذلك المشاركة المهنية الفعالة من خلال أنشطة ملموسة مثل المكالمات الجماعية المنتظمة، والاجتماعات الفردية، والزيارات الميدانية، واستطلاعات الرأي. وتعد العلاقات الشخصية أمراً مهماً أيضاً لأنها تساعد على خلق مستوى عالٍ من الثقة بالشركة. وينبغي التنسيق لتكوين مثل هذه العلاقات عبر إدارة علاقات المستثمرين؛ إذ يقدر المستثمرون أيضاً الوصول المباشر إلى كبار المديرين التنفيذيين الذين يجب أن يخصصوا وقتاً في جداول مواعيدهم للتعامل مع أصحاب المصلحة المهمين.

• التأثير على التقييم

يمكن الوصول إلى القيمة العادلة لأسهم الشركة المدرجة عندما يُتاح للمستثمرين فرصة الوصول المتكافئ إلى معلومات عالية الجودة عن الشركة. وهذا يفيد الشركة لأنه يضمن أن يكون سعر السهم متماشياً مع الواقع. وتدعم القيمة العادلة استقرار أسعار الأسهم، والحفاظ على قاعدة وثيقة من المساهمين، ومستوى معقول من السيولة في أسهم الشركة. كما أنها تمكّن الشركة من الوصول إلى رأس المال بالتكلفة المثلى في المستقبل. على سبيل المثال، من خلال إصدار مزيد من الأسهم.

• الامتثال للمعايير التنظيمية

بالإضافة إلى كون ذلك مطلباً لجميع الشركات المدرجة، يتوقع المستثمرون الامتثال المناسب للوائح الإفصاح والأنشطة الأخرى. ويجب أن يتأكد قسم علاقات المستثمرين من معرفته التامة بجميع المتطلبات التنظيمية والرقابية وقدرته على تلبية وتعزيز سمعة الشركة، وكما ينبغي في كثير من الأحيان أن يقوم بما هو أكثر من مجرد تلبية الحد الأدنى من المعايير.

1.4 التوجّهات الحديثة في مجال علاقات المستثمرين

تتزايد على الصعيد العالمي والإقليمي أهمية دور علاقات المستثمرين في نجاح أي شركة مدرجة. إن الطفرة الهائلة في كمية المعلومات المتاحة للشركات ومستثمريها، تجعل دور علاقات المستثمرين دوراً استراتيجياً ومعتمداً بشكل أكبر على تحليل البيانات.

هناك اعتماد متزايد على تحليلات سجل المساهمين لفهم سلوك المستثمرين، بما في ذلك نوع الكيانات المالكة للأسهم، مثل صناديق الثروة السيادية أو الصناديق الاستثمارية. وتشمل أيضاً تحليل سلوك المستثمرين تحليلاً شاملاً، بدءاً مما إذا كان من المحتمل أن يكونوا مالكي الأسهم يستهدفون تملكها لمدة قصيرة أو طويلة الأجل، إضافة إلى مراقبة وتحليل كيفية اتخاذهم للقرار الاستثماري، حيث أن غزارة المعلومات التي يجب تحليلها تتطلب على أن يكون فريق علاقات المستثمرين على دراية واطلاع بتعليقات وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي وكذلك أنشطة منافسي الشركة.

كما زاد الترابط العالمي من فرص الاستثمار في مختلف أرجاء العالم، مما أدى إلى زيادة عدد المستثمرين الفعليين والمحتملين الذين يجب على فرق علاقات المستثمرين مراقبتهم والتواصل معهم. كما أن التقدم في تقنية الاتصالات، مثل مؤتمرات الفيديو، بدأ يغير الطريقة التي تختار بها الشركات التفاعل مع المجتمع المالي. وأدت العولمة أيضاً إلى زيادة المنافسة على رأس المال، حيث تتنافس الشركات على جذب انتباه مجموعة المستثمرين نفسها.

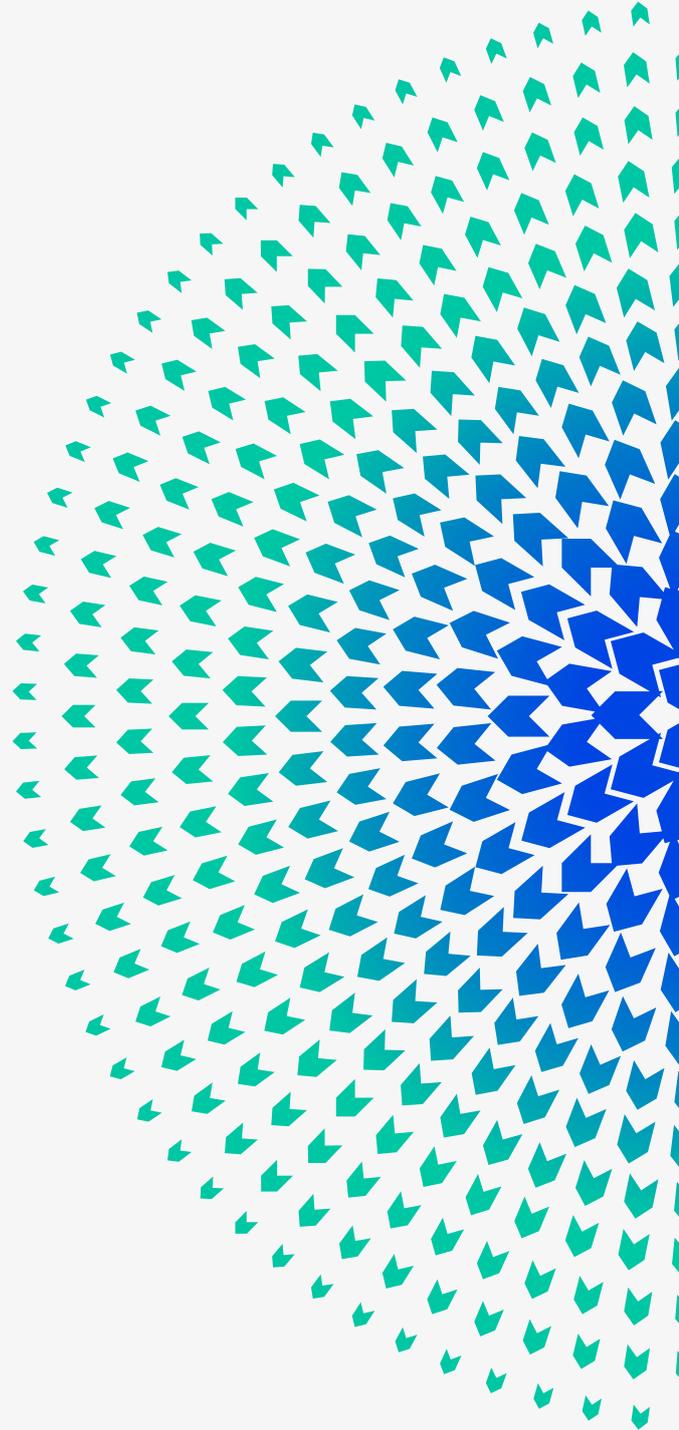
في السياق ذاته، أدت جائحة كوفيد-19 إلى الإسراع من بعض هذه التوجّهات، حيث انخفض معدل التواصل وجهاً لوجه مع المستثمرين. ومع ذلك، فإن التواصل المباشر من علاقات المستثمرين لا يزال موجوداً. إذ لا تزال القدرة على تكوين علاقات شخصية مع المستثمرين الرئيسيين وفهم دوافعهم من خلال الاتصال المباشر، بدلاً من مجرد تحليل الأنماط السلوكية، على نفس القدر من الأهمية المعهودة. وبالمثل، يمكن لإدارة علاقات المستثمرين منح الثقة للمستثمرين من خلال التمييز المهني والتعامل الترحيبي والإيجابي. ويتحلى كل عضو من فريق علاقات المستثمرين الفعال بهذه المهارات إضافة إلى الخبرة الفنية والأدوات التحليلية.

• استهداف المستثمرين بشكل فعال

بالإضافة إلى إدارة العلاقات مع المساهمين الحاليين، يجب على علاقات المستثمرين مراقبة سجل الأسهم وتحديد المستثمرين الذين يتناسبون مع أهداف الشركة، بهدف بناء علاقات مع مستثمرين داعمين على المدى البعيد.

• رفع التقارير لأصحاب المصلحة الداخليين

يُعد تلقي المرئيات والملاحظات والتعليقات من السوق أمراً مهماً جداً لأصحاب المصلحة الداخليين. وينبغي أن يتفهم قسم علاقات المستثمرين ملاحظات المستثمرين حول استراتيجية الشركة وأدائها والمنافسة والسوق وتقييمها، ثم يرفع تقريراً بالنتائج إلى الإدارة التنفيذية ومجلس الإدارة.



1.5

علاقات المستثمرين في السوق المالية السعودية

وتقدم كل من هيئة السوق المالية وتداول السعودية ورش عمل توعوية، وتتركز الورش على أهمية إدارة علاقات المستثمرين بالتعاون مع الجمعيات المهنية لعلاقات المستثمرين. وبالإضافة إلى ذلك، قدمت تداول السعودية عدداً من الجوائز التي تعرف بأفضل الممارسات في مجال علاقات المستثمرين.

ومن خلال الاعتماد على هذا الإطار الداعم، يمكن للشركات السعودية تطوير استراتيجياتها لعلاقات المستثمرين والوثوق في قدرتها على تلبية المتطلبات المتوقعة منها.

تنامي اهتمام الشركات بالإدراج في السوق المالية للمملكة العربية السعودية، والذي يعتبر الأكبر في الشرق الأوسط من حيث القيمة السوقية، ما أدى إلى زيادة تركيزها على وظيفة علاقات المستثمرين، والتي باتت تضعها في مقدمة أولوياتها، فتوجهات علاقات المستثمرين السائدة على مستوى العالم تنطبق هي نفسها على الشركات في المملكة، وهذه المعايير تعتمد في الوقت نفسه على ظروف البلد والمزايا الخاصة بها.

وبفضل انضمام عدد كبير من الشركات إليها، أدت الزيادة الكبيرة في حجم وقيمة السوق المالية السعودية (تداول السعودية) خلال السنوات الأخيرة إلى تركيز المستثمرين الدوليين والمحليين على الفرص التي توفرها المملكة.

حيث كان لإنضمام تداول السعودية في عام 2019م إلى مؤشرات الأسواق الناشئة MSCI و FTSE Russell و S&P Dow Jones تأثير كبير، ويبدو أن هذا الاعتراف من قبل كبار مزودي المؤشرات قد أثار حماسة المستثمرين وزاد من تدقيقهم وتفحصهم للسوق المالية السعودية، كما ساعد على تعزيز هذا الاهتمام التشجيع الذي حظي به الاستثمار الأجنبي، من برامج رسمية مثل برنامج المستثمر الأجنبي المؤهل. أضف إلى ذلك أن هيئة السوق المالية أصبحت تتطلب بأن تكون جميع الإفصاحات في السوق الرئيسية باللغتين الإنجليزية والعربية على حد سواء اعتباراً من عام 2021م لإتاحة فرص متكافئة أمام جميع المستثمرين.

وشهدت السوق المحلية خلال السنوات القليلة الماضية نمواً منتظماً في عدد المستثمرين الأفراد، حيث بلغ 5.9 مليون مستثمر في نهاية الربع الأول من عام 2022م¹، وفقاً لبيانات هيئة السوق المالية، كما كان النمو الأسرع لصالح المستثمرين من السيدات.

يوجد العديد من الشركات في المملكة العربية السعودية لديها أقسام متطورة لعلاقات المستثمرين. وهناك شركات أخرى، ومنها الشركات الأصغر حجماً والكيانات المدرجة حديثاً في كل من السوق الرئيسية "تاسي" ونمو - السوق الموازية، التي تسير حالياً في رحلتها لتوسيع نطاق علاقات المستثمرين لديها واعتماد أفضل الممارسات. ولحسن الحظ، هناك العديد من الأدوات والخدمات الاستشارية المتاحة لتقديم الدعم للشركات المحلية.

¹ النشرة الإحصائية ربع السنوية، العدد الواحد والثلاثون - الربع الأول لعام 2022م، صفحة (15): https://cma.org.sa/Market/Reports/Documents/Statistical_Bulletin_Q1_2022-AR.pdf

1.6

الممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة

تختلف أهمية المسائل البيئية والاجتماعية ومسائل الحوكمة اختلافاً ملحوظاً من شركة إلى أخرى. وعلى سبيل المثال، غالباً ما يكون لدى شركة النقل انبعاثات عالية من ثاني أكسيد الكربون، بينما قد تستخدم شركة التصنيع قدرًا كبيراً من المياه.

وفي الوقت الذي تتوسع فيه الممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة بشكل أكبر في معايير الاستثمار السائدة، تدرس الشركات الطرق الأمثل لدمج المسائل البيئية والاجتماعية والحوكمة في استراتيجية الشركة وتقارير الأداء المالي الخاصة بها. ومن شأن مواءمة المسائل البيئية والاجتماعية والحوكمة مع أهداف الشركة الأوسع نطاقاً، أن يساعد الشركات على إدارة المخاطر المتعلقة بالاستدامة بشكل أفضل، وتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة، وخلق قيمة طويلة الأجل. ويُعد إبقاء المستثمرين على اطلاع بالتقدم المحرز نحو تحقيق أهداف الممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة أمراً أساسياً، وبفضل العدد المتزايد من أطر إعداد التقارير، يمكن للشركات الآن إعداد التقارير عبر عدد من المقاييس بما في ذلك المقاييس المالية والبيئية والاجتماعية. وتشمل الأمثلة أخذ الممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة في الاعتبار عند تقييم السمعة، وكذلك استهلاك الأصول مثل البنية التحتية الملوثة، وقيمة المخزون التي قد تتأثر بالتشديد المتوقع للوائح البيئية أو فقدان استحسان المستهلك.

يجب أن يصبح تحقيق أفضل الممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة في صميم استراتيجية كل شركة. وهذا يشمل الكشف عن إنجازات الشركة في هذا المجال، ليس فقط من خلال نظام رسمي لإعداد التقارير، ولكن أيضاً كجزء من العروض التقديمية للمستثمرين، والبيانات الصحفية، والمواقع الإلكترونية الخاصة بالشركات وعلاقات المستثمرين والمواد الأخرى.

تفوق أهمية المبادئ البيئية والاجتماعية والحوكمة السليمة أي موضوع آخر في مجتمع المستثمرين العالمي، حيث إن الشركات الرائدة في هذه الممارسات والقادرة على إثبات ذلك في السوق، غالباً ما تحقق سعر سهم أعلى من نظيراتها، إلى جانب تعزيز سمعتها العامة بشكل كبير.

وعلى الرغم من أن الحديث عن الامتثال للممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة يدور في الأساس على الساحة العالمية، تلعب منطقة الشرق الأوسط دوراً كبيراً في هذا المجال. فقد قامت تداول السعودية بنشر [الدليل الإرشادي للإفصاح عن الممارسات البيئية والاجتماعية وحوكمة الشركات](#) الطوعية الشاملة بناءً على أفضل الممارسات الدولية والإرشادات الصادرة عن مبادرة الأسواق المالية المستدامة. كما تشير مبادئها التوجيهية إلى أطر إعداد التقارير مثل مبادرة إعداد التقارير العالمية ومبادرات مجلس معايير الإفصاح عن المسائل المتعلقة بالمناخ. وقد أصدرت هيئة السوق المالية لائحة حوكمة الشركات غير الملزمة لتعزيز الشفافية والثقة والعدالة الاجتماعية.

وتلتزم بعض الشركات السعودية بالفعل بأفضل الممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة، ولكنها لا تفصح عن ذلك دائماً ضمن إطار عمل يوضح هذه الممارسات. ويمكن إعداد تقارير الممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة من خلال تقارير مستقلة أو ضمن مستندات أوسع، مثل التقرير السنوي.

المسائل **البيئية** تشمل تغير المناخ، مثل الحد من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون؛ والموارد الطبيعية كاستخدام المياه؛ والحد من النفايات والتغليف.



المسائل **الاجتماعية** تشمل تنمية رأس المال البشري وتمكين المرأة، والمسؤولية عن المنتجات، والعيش الكريم مثل حصول الموظفين على الرعاية الصحية.



مسائل **الحوكمة** تشمل مراقبة الشركات والإشراف عليها، مثل إجراءات مكافحة الفساد وأطر صنع القرار، فضلاً عن أخلاقيات العمل والثقافة المؤسسية.



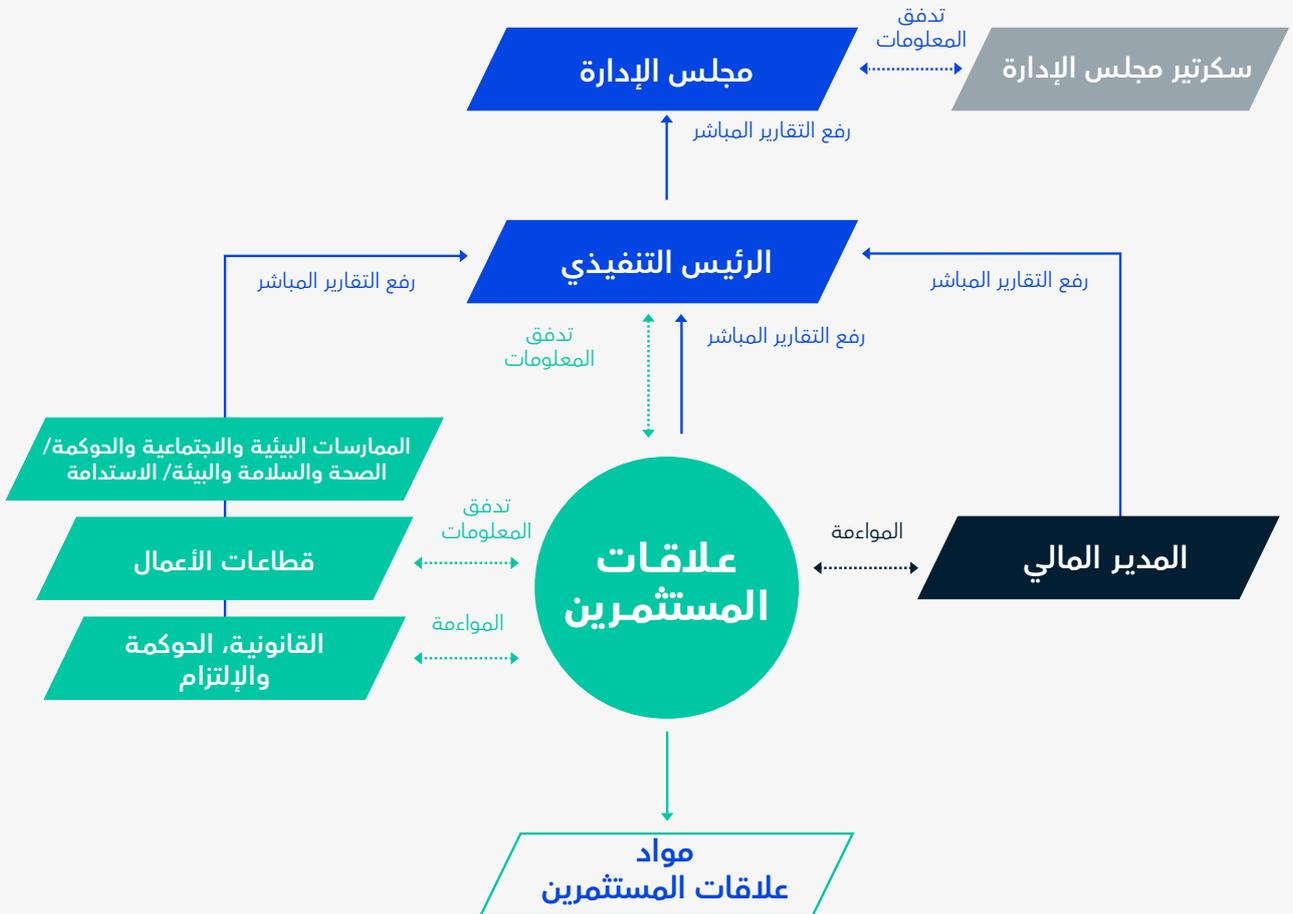
1.7 بناء واختيار فريق علاقات المستثمرين

تشارك بشكل كبير في إعداد العروض التقديمية والبيانات الصحفية المالية، بالاشتراك مع الإدارات الأخرى للشركة. كما تشمل المهام الأخرى مراقبة سعر السهم والاطلاع الدائم على وسائل الإعلام وتغطية وسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك إدارة سجل المساهمين لمعرفة الأشخاص أو الجهات المالكة للشركة وإجراء دراسات المفاهيم والتصورات بين المستثمرين والمحليين.

ونظراً لتكليف إدارة علاقات المستثمرين بهذه المجموعة من المسؤوليات الهامة، يجب أن تكون دائماً إدارة منفصلة داخل الشركة تحظى بوضع مكافئ للإدارات الأخرى مثل إدارة الشؤون القانونية، وإدارة تطوير الأعمال والعلاقات العامة والتسويق. وينبغي أن يتبع رئيس علاقات المستثمرين بشكل مباشر إلى الرئيس التنفيذي ويكون مسؤولاً أمامه وذلك لضمان الاطلاع الكامل على تحديثات الأعمال، مما يعكس أهمية الدور الذي تقوم به علاقات المستثمرين، ويحدد بشكل غير رسمي الإجراءات التي على رئيس علاقات المستثمرين اتخاذها للتأكد من أن الإدارة العليا تستمع بعناية إلى الآراء حول السوق وردود الفعل من المستثمرين.

يجب أن يتألف فريق عمل علاقات المستثمرين من أفراد على خبرة ودراية ومعرفة بالسوق ويمكنهم بشكل جماعي أداء المهام المطلوبة. تختلف أعداد الفريق حسب حجم الشركة والرغبة في إشراك المستثمرين. حيث قد تتراوح هذه الأعداد من موظف واحد متفرغ متخصص في علاقات المستثمرين يدعمه أفراد من مجالات أخرى بالشركة إلى إدارات أكبر بما في ذلك العديد من الأعضاء ذوي الخبرة وكبار المستشارين.

لدى موظفي علاقات المستثمرين خلفيات متنوعة، منها إدارة الأصول وبحوث الأسهم بالإضافة إلى الإعلام المالي. وتشمل مسؤوليات كبار الأعضاء وضع استراتيجية علاقات المستثمرين بالتشاور مع الإدارة العليا، بالإضافة إلى تخطيط جدول الأرباح والإعلانات الأخرى، والحملات الترويجية، والجمعية العمومية السنوية، وغيرها من الأحداث والفعاليات المهمة في حياة الشركة. ومن ثم، يُعد الحفاظ على الاتصالات الوثيقة مع المستثمرين والمحليين أمراً أساسياً أيضاً ويشمل ذلك الرد على أسئلتهم وتعليقاتهم. إضافة إلى ذلك، تتحمل فرق علاقات المستثمرين مسؤولية كتابة البيانات التنظيمية حيث يجب أن





نبذة:

النتيجة:

أدى النهج المستهدف لعلاقات المستثمرين وتطوير فريق هو الأفضل في فئته إلى تفاعلات أفضل وأكثر تنظيماً مع المساهمين والمحللين الرئيسيين.

وتم قياس الجو السائد في السوق أيضاً من خلال التعامل مع المساهمين بعد الإفصاحات ربع السنوية، مما ضمن أن إدارة علاقات المستثمرين على دراية بتصورات المستثمرين ومفاهيمهم.

تم إنشاء إدارة علاقات المستثمرين في أرامكو السعودية في عام 2017م قبل الاكتتاب العام. وخلال الفترة من عام 2017 - 2019م (عندما تم طرح الشركة للاكتتاب العام)، عينت إدارة علاقات المستثمرين في شركة أرامكو شركة استشارية للمساعدة في تشكيلها واعتماد أفضل الممارسات العالمية.

التحدي:

استلزم الإدراج المرتقب لشركة أرامكو السعودية إنشاء إدارة لعلاقات المستثمرين تكون الأفضل في فئتها. حيث كان وما زال لدى المستثمرين في المملكة العربية السعودية والعالم توقعات عالية حيال أرامكو من منظور الأداء والشفافية. ولهذه الغاية، ركز إنشاء إدارة علاقات المستثمرين في الشركة على التوافق مع أفضل الممارسات، وإنشاء مؤشرات الأداء الرئيسية بتوجيه من المستشارين الخارجيين. وكان التحدي الرئيسي الذي يجب التغلب عليه هو تحديد وتعيين فريق يتمتع بخبرة كبيرة في الأسواق المالية.

الإجراء:

أنشأت أرامكو فريقاً يتمتع بخبرة علاقات المستثمرين قبل الإدراج، كما تم نقل فريق الاكتتاب العام إلى علاقات المستثمرين نظراً لخبراتهم في أسواق رأس المال.

ومنذ البداية، طبق فريق علاقات المستثمرين نهجاً قائماً على البيانات، ومراقبة عن كثب لسجل الأسهم كما قام بتحديد اتجاهات البيع والشراء. ومن خلال تحديد مستثمريها بوضوح، تمكنت أرامكو من وضع استراتيجيتها لعلاقات المستثمرين والتعامل مع المستثمرين بطريقة هادفة. ولمواصلة تطوير الفريق، تم التركيز على التدريب المستمر، بما في ذلك ضمان حصول جميع أعضاء فريق علاقات المستثمرين على شهادة CIRO.

نبذة:

المراعي هي الشركة الرائدة في مجال تصنيع وتوزيع الأغذية والمشروبات في الشرق الأوسط - وأكبر شركة ألبان ذات تكامل رأسي في العالم. ومنذ تأسيس شركة المراعي في عام 1977، أدرك المستهلكون في جميع أنحاء المنطقة أن علامة المراعي التجارية تعني الجودة.

يضم مساهمو المراعي أكثر من 50000 مساهم فردي من بين العديد من الشركات والمساهمين الأجانب. حيث بلغت القيمة السوقية لشركة المراعي في الربع الثالث من عام 2021م حوالي 55 مليار ريال سعودي. وبلغت إيرادات المراعي لعام 2020م نحو 15 مليار ريال سعودي بأرباح تشغيلية بلغت 2.5 مليار ريال سعودي. هذا وتتراوح حصة المراعي في السوق الرئيسية لدول مجلس التعاون الخليجي ما بين 30% و70%. عمل فريق علاقات المستثمرين في المراعي بمتوسط 3 موظفين طوال هذه الرحلة.

التحدي:

مع وجود هيكل مركز لحاملي الأسهم، كان التحدي الرئيسي الأول الذي واجهته شركة المراعي بعد الاكتتاب في عام 2005، هو تحديد دور علاقات المستثمرين في الوقت الذي يتم فيه تنفيذ استراتيجيتها للنمو.

وبمجرد تحديد دور إدارة علاقات المستثمرين، ركزت المراعي على البحث عن المواهب لتنفيذ الاستراتيجية المرسومة. ومع تعيين الأشخاص المناسبين، تم تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية للإدارة، التي تضمنت تقييم جودة، وسرعة تنفيذ استراتيجية علاقات المستثمرين.

بينما تمتلك المراعي قاعدة متينة من المستثمرين الأفراد، تسعى الشركة باستمرار إلى زيادة قاعدة مستثمريها الدوليين من خلال دور إدارة علاقات المستثمرين لديها.

تضمنت أهداف الإدارة ما يلي:

- قيادة الشؤون الخارجية للجمعية العمومية السنوية
- إدارة التقرير السنوي والملفات المتعلقة به
- توزيعات الأرباح وشؤون المساهمين
- التواصل بين الدائنين والمساهمين على مدار العام
- الحفاظ على العلاقة مع تداول السعودية وهيئة السوق المالية من عدة نواحي، منها إيداع البيانات المالية الرئيسية على مدار العام

الإجراء:

ركزت المحاور الرئيسية لاستراتيجية علاقات المستثمرين في شركة المراعي على الإفصاح الشفاف عن الأداء التشغيلي والمالي. ونظراً لاستخدام نفس النظام للمساهمين من أصحاب الأسهم والدائنين، فقد كانت الاستراتيجية الموجزة التي تقوم عليها جميع مجالات الشركة أمراً بالغ الأهمية. بالإضافة إلى ذلك، شاركت الشركة في العديد من المؤتمرات على مستوى العالم. وقد سمح ذلك بمقارنة شركة المراعي مع الشركات العالمية التي تتمتع بأفضل الممارسات في علاقات المستثمرين. ومن خلال التركيز على أفضل الممارسات منذ البداية، تمكنت المراعي أيضاً من تحقيق التميز والتفوق على المستوى الإقليمي.

علوة على ذلك، حددت المراعي أياماً معينة بشكل سنوي للمستثمرين للتواصل المباشر مع المساهمين وأصحاب المصلحة الآخرين، مما جعلها واحدة من أولى الشركات في المنطقة التي تعرض عملياتها.

أعدت المراعي هيكل الفريق بناء على معيارين، هما: التركيز على الاتصالات التشغيلية والمالية والامتثال للشؤون التنظيمية. فعند إنشاء إدارة علاقات المستثمرين، يجب على الشركات السعي باستمرار للحصول على الدعم الخارجي وتعلم أفضل الممارسات من النظراء والمستشارين.

ولكي تحافظ المراعي على ريادتها في علاقات المستثمرين، وخصوصاً بعد غياب ميزة أنها كانت الأولى في السوق، ركزت الشركة على نهج ثابت للبناء.

النتيجة:

تحافظ شركة المراعي على تصنيفها ضمن أفضل 3-5 شركات في المنطقة من حيث أفضل الممارسات في علاقات المستثمرين، حيث فازت بـ 23 جائزة على مدار العقد الماضي. وتشمل الجوائز "جائزة أفضل موظف في علاقات المستثمرين"، و"جائزة أفضل تقرير سنوي"، وجوائز متعلقة بأفضل إدارة ذرينة، وجائزة أفضل مدير مالي. وفي عام 2019م، أصبحت المراعي الشركة الأولى في مجال الممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة في السوق المالية السعودية حسب تصنيف "إي. إس. جي. إنفست" (ESG Invest). بالإضافة إلى معدل الحضور المرتفع للشركة، حيث تهدف شركة المراعي إلى رفع نسبة الحضور في أكثر من 80% من مؤتمرات السوق المالية الرئيسية، كما يضمن تلقي ملاحظات وتعليقات مستمرة من المساهمين الحاليين والمحتملين والدائنين إلى رفع هذه النسبة. يعكس التفاعل النشط والملاحظات والتعليقات الإيجابية المستمرة من جانبي الشراء والبيع الشفافية والجهود التي تبذلها إدارة علاقات المستثمرين ويسمح ذلك لشركة المراعي بتحقيق طموح الشركة المتمثل في تقديم "جودة يمكنك الوثوق بها".

نبذة:

النتيجة:

أدت جهود إعادة الهيكلة إلى زيادة جودة ومعدل مشاركة المستثمرين. وفي غضون 3 سنوات، زاد التواصل مع المجتمع المالي بنسبة 112%. وعُقدت اجتماعات مع 559 ممثلاً يمثلون 356 مؤسسة، مقابل 264 ممثلاً ومستثمراً من 123 مؤسسة في 2018م. علاوة على ذلك، زادت ملكية الأجانب في STC إلى 5.56% اعتباراً من سبتمبر 2021م مقارنة بنسبة 0.41% في نهاية عام 2018م. وتمكنت علاقات المستثمرين في STC من إدارة توقعات محلليها، حيث إن متوسط التقديرات عادة ما يكون ضمن نطاق $\pm 5\%$ من النتيجة الفعلية. علاوة على ذلك، نجحت علاقات المستثمرين بشركة STC في تقليل مقدار توزيعات الأرباح المعلقة بنسبة 27% مقارنة بأعلى مستوى تم الوصول إليه.

كما نجحت STC في تحسين صفحة علاقات المستثمرين الخاصة بها، والتي تم تعديلها بناءً على معايير علاقات المستثمرين الدولية وتلبية معايير جمعية علاقات المستثمرين في الشرق الأوسط (ميرا). بالإضافة إلى ذلك، بدأت علاقات المستثمرين بشركة STC في نشر سجلات المكالمات الجماعية لمناقشة الأرباح وعروض المستثمرين على صفحة علاقات المستثمرين، جنباً إلى جنب مع المنشورات الدورية المتعلقة بالنتائج المالية على شبكات التواصل الاجتماعي. علاوة على ذلك، أنشأت STC قاعدة بيانات لاستهداف المستثمرين الهدف منها جمع المعلومات والاحتفاظ بها حول أنواع مختلفة من المستثمرين، بهدف توسيع/الحفاظ على الروابط الحالية لعلاقات المستثمرين وبناء علاقات جديدة مع المستثمرين المحتملين.

نصائح لفرق علاقات المستثمرين:

بالإضافة إلى أهمية إدارة علاقات المستثمرين ومبادئها الأساسية، نعتقد أن إدارة علاقات المستثمرين في أي شركة يجب أن يكون لها علاقة مباشرة واتصال سلس بمجلس الإدارة، من أجل ضمان التواصل السريع والشفاف إلى المجتمع المالي. كما يجب أن تتولى علاقات المستثمرين إدارة الاتصالات المتعلقة بالممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة، نظراً لأنها تلعب دوراً مهماً في عملية صنع القرارات الاستثمارية.

STC هي المزود الرائد لخدمات تقنية المعلومات والاتصالات في المملكة، كما أنها تتمتع بوجود إقليمي قوي يمكن STC من تقديم مجموعة متنوعة من حلول تقنية المعلومات والاتصالات والخدمات الرقمية في عدة فئات منها الاتصالات، وتقنية المعلومات، والتقنية المالية (الفينتك)، ووسائل الإعلام الرقمية، والأمن السيبراني، وغيرها من الحلول الرقمية المتقدمة الأخرى.

التحدي:

كان تحويل علاقات المستثمرين في STC واتخاذها موضع جديد في مجتمع المستثمرين والأسواق المالية تحدياً كبيراً ركز بدوره على تعزيز ثقة المستثمرين، وتحقيق مبادئ الشفافية والإفصاح، والحفاظ على استقرار سعر السهم بالقيمة العادلة والصورة الإيجابية للسوق. كما ركزت جهود الفريق على إدارة توقعات محلي جانب الشراء وجانب البيع، والعمل على تحسين العلاقة مع جميع أصحاب المصلحة في الأسواق المالية.

الإجراء:

أعدت STC هيكلة إدارة علاقات المستثمرين ووضعت استراتيجيتها وأهدافها من أجل الوصول إلى برنامج فعال ومثمر لعلاقات المستثمرين.

وكما قامت بإضفاء الطابع الرسمي على نموذج حوكمة علاقات المستثمرين وتطويره من خلال وضع السياسات والإجراءات المطلوبة لضمان التدفق السليم للمعلومات وإيصالها إلى مجتمع المستثمرين، فضلاً عن ضمان الالتزام بقواعد ولوائح هيئة السوق المالية وتداول السعودية.

كما حسّنت علاقات المستثمرين من جودة العلاقة بين الشركة ومستثمريها، من خلال إبقاء الإدارة العليا على اطلاع بشأن نظرة المستثمرين إلى الشركة، بالإضافة إلى التركيز على مجالات اهتماماتهم ومخاوفهم. زادت علاقات المستثمرين لشركة STC من التواصل مع المحللين والمستثمرين من خلال المؤتمرات والاجتماعات الداخلية، بالإضافة إلى توسيع قاعدتها من المستثمرين المحليين والأجانب، بما في ذلك زيادة عدد تقارير جانب البيع من خلال التواصل الفعال مع شركات من نفس الجانب، وكذلك المنشورات المتكررة حول أنشطة الشركة الحديثة.

كجزء من أفضل ممارسات علاقات المستثمرين، أنشأت إدارة علاقات المستثمرين بشركة STC موقعها الإلكتروني وتطبيق علاقات المستثمرين ليكونا بمثابة قناة لنشر المعلومات وتبادلها مع المستثمرين وتعزيز مستوى الإفصاح.

عناصر التمكين والتكتيكات التي تتبعها سابك:

- العزم والتصميم على بناء مصداقية طويلة الأجل مع مجتمع المستثمرين من خلال مكالمات مناقشة الأرباح ربع السنوية، ومؤتمرات المستثمرين الإقليمية ذات الموضوعات المحددة، فضلاً عن التواصل المنتظم مع المحللين والأطراف المعنية الأخرى في القطاع المالي.
- التطلع إلى تعزيز عمليات الإفصاح لتصبح الأفضل في فئتها على مستوى معايير الإفصاح العالمية.
- أداة تنفيذ إدارة علاقات العملاء (CRM) لتتبع نشاط المستثمرين وتسهيل التواصل معهم.
- تخصيص أعضاء في فريق علاقات المستثمرين للتحليلات المالية، بالإضافة إلى خبراء الممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة.

النتيجة:

لحظت سابك تغطية قوية باستمرار لمحللي جانب البيع وقاعدة مساهمين قوية. وزادت الشركة من الاحتكاك بالمستثمرين ومشاركتهم، لا سيما من قبل المستثمرين الأجانب، من خلال تلقي آراء المستثمرين حول كيفية رؤيتهم لأداء سابك وإدارتها. علاوة على ذلك، تم تحقيق أسعار تنافسية وزاد حجم تغطية الاكتتاب عن الحصص المطروحة في إصدارات السندات الأخيرة، مما يدل على أن الشركة تعتبر شركة رائدة عالمياً في مجال الكيماويات.

نبذة:

تأسست (سابك) في عام 1976 بموجب مرسوم ملكي وكان نموها ملحوظاً، حتى باتت تعمل اليوم في أكثر من 50 دولة وتمتلك قوة عاملة تزيد عن 32000 موظف. وقد صنّفت سابك التي يقع مقرها في الرياض ضمن أكبر مصنعي البتروكيماويات في العالم. وتجدر الإشارة إلى أن أرامكو السعودية تمتلك 70% من أسهم سابك فيما يتم تداول نسبة الأسهم المتبقية البالغة 30% في تداول السعودية. على المستوى الاستراتيجي، تعد سابك ذراع أرامكو السعودية في مجال الكيماويات، مما يعزز رؤية الشركة لتكون الشركة الرائدة عالمياً في مجال الكيماويات والحفاظ على دورها كشركة وطنية رائدة.

إن إدارة علاقات المستثمرين بالشركة تتبع كلاً من الرئيس التنفيذي والمدير المالي في آنٍ واحدٍ، ولديها فريق متنوع من المختصين والموظفين المعتمدين.

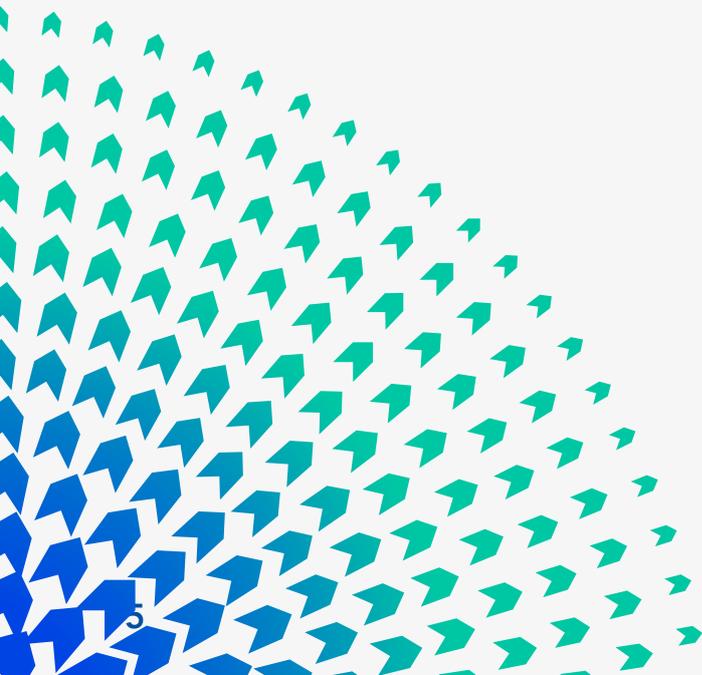
التحدي:

تواصل إدارة علاقات المستثمرين في (سابك) التركيز على الامتثال وتلبية متطلبات الإفصاح لهيئة السوق المالية. وفي إطار رحلة التحول وفتح تداول السعودية أمام المستثمرين الأجانب، انتهز فريق علاقات المستثمرين في سابك الفرصة لتحسين مكانة الشركة ووضعها في مقدمة السوق وتحقيق المعايير العالمية. وشمل ذلك قيام علاقات المستثمرين بدورها في دعم عملية اتخاذ القرار بشأن إفصاحات سابك، وتوفير رؤى الأعمال ودعم الشفافية المالية.

الإجراء:

المسؤول عن تحديد أولويات علاقات المستثمرين الاستراتيجية في سابك فريق صغير، ولكنه فعال للغاية. وتشمل هذه الأولويات ما يلي:

- درجة عالية من تقدير شركة سابك وظهورها في المجتمع المالي.
- علاقات قوية مع أصحاب المصلحة الداخليين والمستثمرين وبنوك العلاقات والجهات التنظيمية.
- الامتثال للمتطلبات التنظيمية لهيئة السوق المالية والأسواق المالية الأخرى.
- فريق علاقات المستثمرين من الدرجة الأولى مع عمليات إدارية متميزة.
- الحفاظ على أعلى تصنيف ائتمان وأعلى تصنيف في مجال الممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة على مستوى الصناعة/المنطقة.



نبذة:

تتضمن المحاور التي تركز عليها علاقات المستثمرين في بوبا العربية الدعم من الإدارة العليا وبناء المصداقية داخل السوق وتعزيز الثقافة المؤسسية الصحيحة. وتدعو بوبا العربية إلى الشفافية حيث تُجري اتصالات مفيدة مع المستثمرين لترسيخ الإحساس بالثقة والمصداقية والشراكة.

ويُكلّف المستثمرون والمحللون بجمع المعلومات لتحسين جودة أبحاثهم والمساعدة في اتخاذ قراراتهم الاستثمارية. فمن المتوقع أن يكونوا فضوليين، ومدققين، وفي بعض الأحيان متطغليين. تتمثل مسؤولية بوبا العربية في فرض وتحديد المعلومات التي يمكن مشاركتها وتوضيح هذه القيود لجمهور المستثمرين.

يتواصل فريق علاقات المستثمرين مع جمهور المستثمرين بشكل رسمي، مع الالتزام بأفضل سلوكيات العمل. ويتم نشر الأدوات من خلال صفحة علاقات المستثمرين على موقع الشركة الإلكتروني، الذي يتم تحديثه بانتظام بالمعلومات الأساسية التي تشمل النظام الأساسي للشركة وتحديثات الأداء ربع السنوية وإعلانات تداول السعودية.

النتيجة:

بعد نشر استراتيجية علاقات المستثمرين، بدأ الفريق في إبلاغ الإدارة بالتطورات والمستجدات في المشهد التنافسي، وكذلك بملاحظات المحللين والمستثمرين حول الاستراتيجيات والتوقعات المتعلقة بهيكل رأس المال، وعوائد المساهمين، وما إلى ذلك. إضافة إلى ذلك، يلعب فريق علاقات المستثمرين دوراً أساسياً في عرض قصة بوبا العربية ورحلتها ومعلوماتها المهمة على مجتمع المستثمرين لتوسيع نطاق تغطية الأبحاث للشركة.

تحافظ بوبا العربية على شراكاتها مع محليي جانب البيع لتوضيح الجوانب الرئيسية والعوامل المميزة للشركة، وتحسين فهم المستثمرين للشركة. ولبناء ثقة المستثمرين، يتم الإفصاح عن المعلومات بطريقة عادلة وشفافة تراعي المتطلبات التنظيمية. وأخيراً، تضمن بوبا العربية التواصل المنتظم مع المحللين والمستثمرين وتراقب وسائل الإعلام المالية.

تتمثل رسالة علاقات المستثمرين في بوبا العربية في إيصال قصة الشركة ورحلتها ومعلوماتها وأدائها إلى جمهور المستثمرين لزيادة الوعي والاهتمام بأسهمها، وتحسين تقييم الشركة. وفي سبيل تحقيق هذه الغاية، أنشأت الشركة إدارة قوية لعلاقات المستثمرين للتنسيق والتواصل مع الجمهور المطلوب.

تُعقد اجتماعات منتظمة مع مجتمع المستثمرين، وهو أمر بالغ الأهمية لاستعراض أداء الشركة، وتوقعاتها بشكل واضح ومتسق.

التحدي:

تهدف استراتيجية بوبا العربية إلى توصيل بيانات الأسهم ومعلوماتها بشكل فعال إلى المستثمرين والمحللين. وكان من المهم أيضاً التحكم بالتوقعات، بما في ذلك توقعات إدارة الشركة والجمهور.

الإجراء:

أنشأت إدارة علاقات المستثمرين في بوبا العربية مؤشرات أداء رئيسية مع إرشادات واضحة للإفصاح عن المعلومات الجوهرية والحساسية للسعر وقدمتها لجمهور المستثمرين. وتكفلت الشركة بالتركيز على التواصل المناسب الذي يُكمل استراتيجية التواصل الشاملة. بالإضافة إلى ذلك، تهدف هذه السياسة إلى منع الإفصاح عن المعلومات السرية قبل إتاحتها علناً للعامّة.

نبذة:

تأسس مصرف الراجحي في عام 1957، وهو يندرج ضمن أكبر 20 بنكاً على مستوى العالم من حيث القيمة السوقية، بإجمالي أصول بلغت 624 مليار ريال سعودي (167 مليار دولار أمريكي) ورأس مال مدفوع بلغ 25 مليار ريال سعودي (6.67 مليار دولار أمريكي) في نهاية عام 2021م..

وبفضل أكثر من 60 عاماً من الخبرة في الأنشطة المصرفية والتجارية، تمتلك المجموعة المصرفية المتوافقة مع الشريعة الإسلامية شبكة تضم أكثر من 527 فرعاً وأكبر قاعدة عملاء لأي بنك في المملكة.

التحدي:

تم تصميم برنامج علاقات المستثمرين في مصرف الراجحي لتحقيق الأهداف التالية:

- التواصل الفعال مع مجتمع المستثمرين
- الإفصاح بدقة عن المعلومات المالية لكل من المستثمرين الأفراد والمؤسسات
- الامتثال للمتطلبات التنظيمية
- جمع ملاحظات المستثمرين وتقديمها إلى الإدارة
- إطلاع المستثمرين على استراتيجية الشركة وتقديمها الاستراتيجي
- العمل مع أصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين على مبادرات الممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة وتحسين عمليات الإفصاح
- تحسين مواد علاقات المستثمرين الرقمية وتحديثها باستمرار

تُحدّد مؤشرات الأداء الرئيسية بناءً على أهداف برنامج علاقات المستثمرين، مما يضمن وجود خطة واضحة لتحقيق تلك الأهداف والارتقاء بإدارة علاقات المستثمرين. وتشمل هذه المؤشرات عناصر مثل إنتاج مواد خارجية عالية الجودة، وحضور المؤتمرات والاجتماعات، وهيكل ملكية المساهمين بما في ذلك الملكية الأجنبية، وتحسين مواد علاقات المستثمرين الرقمية، بالإضافة إلى تقديم ملاحظات المستثمرين إلى الإدارة.

الإجراء:

تلعب إدارة علاقات المستثمرين دوراً حاسماً في تسهيل التواصل من خلال تزويد السوق بالمعلومات اللازمة لاتخاذ قرارات استثمارية قائمة على الاطلاع.

ومن شأن برنامج علاقات المستثمرين الفعّال أن يؤدي إلى الحد الأمثل من التقييم العادل، وتحسين سيولة الأسهم، والحصول على رأس المال، وتوفير قاعدة مرنة للمساهمين.

ويركز مصرف الراجحي على تحسين المشاركة مع أصحاب المصلحة الداخليين لضمان فهم عميق لاستراتيجية الشركة وتطورات السوق داخل وحدات الأعمال المختلفة بهدف نقل رسالة شاملة إلى مجتمع المستثمرين.

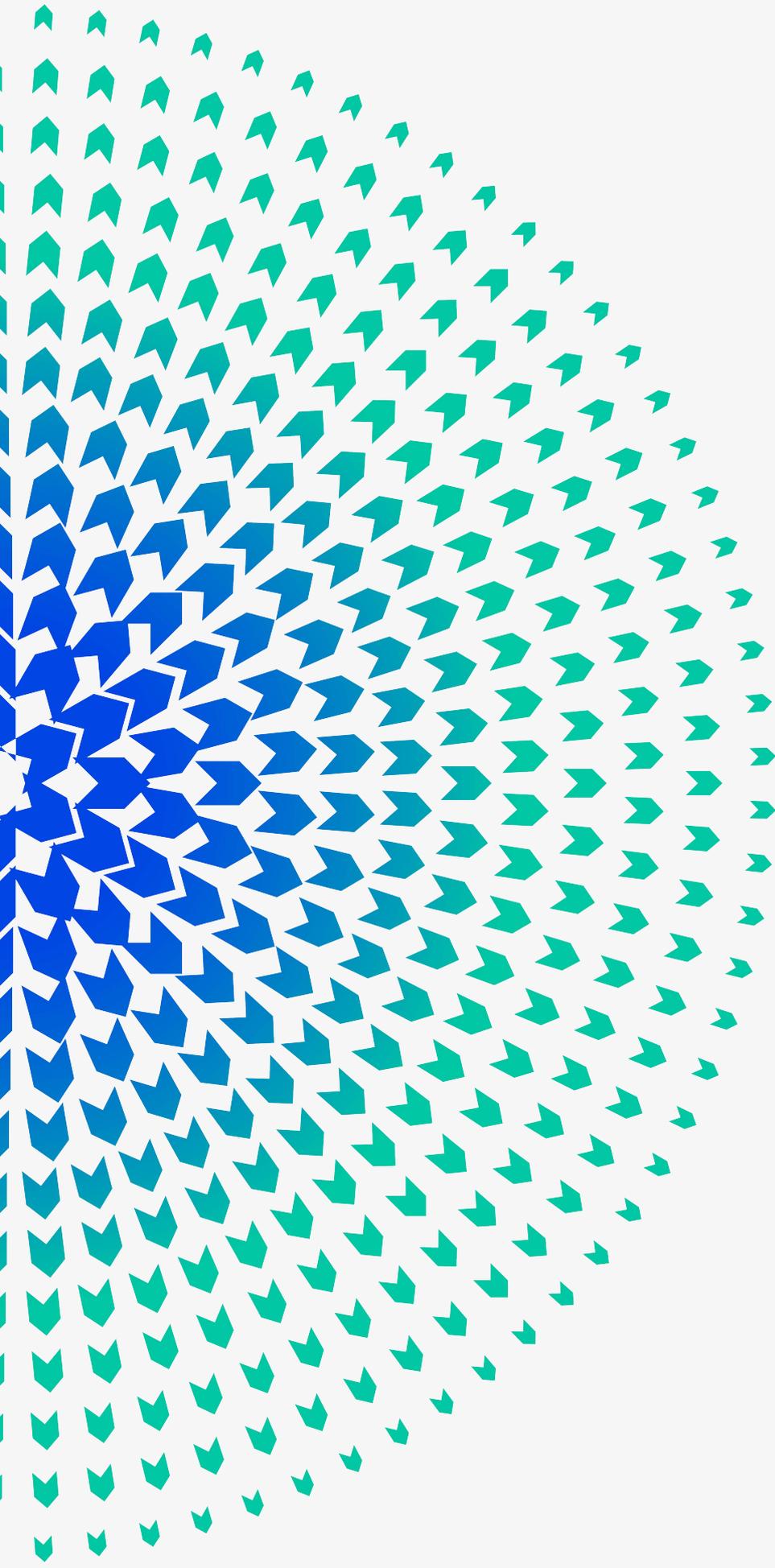
النتيجة:

أدى التقدم الذي تم إحرازه منذ طرح برنامج واستراتيجية علاقات المستثمرين إلى وضع البنك في مكانة رائدة على الصعيدين المحلي والإقليمي.

فقد فاز مصرف الراجحي بسبع جوائز تتعلق بإدارة علاقات المستثمرين، منها أفضل فريق علاقات مستثمرين لعام 2018م (ميرا)، وأفضل علاقات المستثمرين في الشرق الأوسط لعام 2019م (ميرا)، وأفضل برنامج علاقات مستثمرين لعام 2020م (جائزة السوق المالية السعودية)، وأفضل مدير مالي في الشرق الأوسط لعام 2021م (ميرا).

تعكس هذه الجوائز الجهود الكبيرة التي تقوم بها الإدارة العليا وفريق علاقات المستثمرين للتفاعل والتواصل مع مجتمع المستثمرين.

كما أدت جهود المصرف إلى زيادة تغطية المحليين للمصرف وزيادة الملكية الأجنبية.



جمهور علاقات المستثمرين

2

2.1

أنواع المستثمرين

تم تسجيل أكثر من 12,100 مستثمر مؤسسي للتداول في تداول السعودية في نهاية عام 2021م، بالإضافة إلى ما يقارب 5.9 مليون فرد، 74% منهم ذكور و26% إناث²، فمن المهم بالنسبة لعلاقات المستثمرين فهم المشهد العام بما في ذلك الاختلافات بين المستثمرين وغاياتهم الفريدة؛ للحصول على رؤية أفضل للجمهور المستهدف وفهم المزيج الحالي من المساهمين، والفئات التي يجب استهدافها، وكيفية القيام بذلك ولماذا.

إن معظم الأسهم الحرة والمدرجة في تداول السعودية يملكها مستثمرون من المؤسسات، ومعظمها مملوكة لمؤسسات سعودية. حيث امتلك المستثمرون من دول مجلس التعاون الخليجي بجميع أنواعهم 2.3% من الأسهم الحرة في السوق الرئيسية بنهاية عام 2021م، بينما امتلك المستثمرون الأجانب من خارج دول مجلس التعاون الخليجي 15.2%، وهي زيادة كبيرة مقارنة بالسنوات الماضية³.

كما يهيمن المستثمرون الأفراد على القيمة المتداولة، وبشكل المواطنين السعوديون الغالبية العظمى من هؤلاء الأفراد. كما يتميز المستثمرون الأجانب كمجموعة بنشاطهم الكبير في التداول، ويطغى عليهم الطابع المؤسسي.

المستثمرون من المؤسسات

يشمل المستثمرون من المؤسسات في تداول السعودية صناديق الثروة السيادية والكيانات والجهات ذات الصلة بالحكومة والشركات والصناديق الاستثمارية ومديري المحافظ والمكاتب العائلية وحاملي اتفاقيات المبادلة (SWAP) والشركاء الاستراتيجيين الأجانب والمستثمرين الأجانب المؤهلين، وكذلك صناديق المعاشات التقاعدية وصناديق التأمين.

تشكل المؤسسات حجر الأساس لدعم المساهمين للشركات المدرجة. وتمتلك المؤسسات أسهم أكبر بشكل عام من المستثمرين الأفراد، كما أن معظمها يكون لديها آفاق استثمار طويلة الأجل. وهذا يمكّن الشركات من التخطيط المسبق مع العلم أن العديد من هؤلاء المساهمين من المرجح أن يستمروا

في مساهمهم حتى النهاية لأنهم شكلوا بالفعل وجهة نظر مفادها أن الشركة هي أصل سليم بشكل أساسي. وقد تكون هذه المؤسسات معروفة جيداً وتحظى باحترام كبير في السوق، ومن ثم يصبح وجودها في سجل الأسهم إشارة قوية إلى المستثمرين الآخرين بأن الشركة تمثل استثماراً قوياً مهماً في السوق. وينبغي عدم اعتبار دعم المستثمرين من المؤسسات أمراً مفروغاً منه؛ ففي بعض الأحيان، يبيع المستثمرون طويلو الأجل في نهاية المطاف لعدة أسباب، في حين أن المؤسسات الأخرى، مثل صناديق التحوط، ربما لا يكون لديها تركيز طويل الأجل منذ البداية.

تختلف المؤسسات بشكل كبير فيما تبحث عنه في الشركة التي ترغب في الاستثمار بها، ويجب أن تكون علاقات المستثمرين على دراية بفلسفة الاستثمار لكل من كبار مستثمريها حتى تتمكن من فهم السبب الصحيح وراء اختيار المستثمر لامتلاك أسهم بالشركة. فهناك بعض المؤسسات التي تسعى لتحقيق دخل ومكاسب في شكل توزيعات أرباح مرتفعة. وقد بلغ متوسط عائد توزيعات الأرباح في السوق السعودية خلال فترة الخمس سنوات من 2017-2021م نسبة 2.99%، بينما يبحث مستثمرون آخرون عن تحقيق عوائد رأس المال من بيع الأسهم في نهاية المطاف. تختلف المؤسسات أيضاً في مستوى تحمل المخاطر؛ فقد يتعد البعض عن الشركات الجديدة أو غير المثبتة من حيث المبدأ، بينما يبحث البعض الآخر عنها.

يقارن بعض المستثمرين عن كثب الأسهم التي يمتلكونها مقابل مؤشر الأسهم أو يشترون وحدات في صناديق المؤشرات المتداولة في السوق المالية (ETFs) والتي تحاكي أداء مؤشر استرشادي. وعادةً ما يكون هؤلاء من المستثمرين طويلي الأجل، ويُعرف هذا النمط من الاستثمار بالاستثمار غير النشط. حيث ازدادت شعبية الاستثمار غير النشط على مستوى العالم في العقود الأخيرة نظراً لانخفاض رسوم التداول كما أنه غالباً ما يحقق عوائد أعلى من استراتيجيات التداول الأخرى. وقد أصبح الاستثمار غير النشط أكثر أهمية بالنسبة للسوق السعودية بعد إدراج المملكة العربية السعودية في مؤشرات الأسواق الناشئة MSCI و FTSE Russell و S&P Dow Jones في عام 2019م. ويعمل عدد متزايد من صناديق المؤشرات المتداولة في السوق المالية على تضمين الشركات السعودية من بين عناصرها.

ومن ناحية أخرى، يتبنى المستثمرون النشطون نهجاً عملياً لمحاولة تحقيق مكاسب تتجاوز تلك الخاصة بالمؤشر، من خلال اختيار الأسهم التي يعتقدون أنها ستفوق توقعات السوق. وعادةً ما يكون لديهم نظرة مستقبلية أقصر أجلاً من المستثمرين غير النشطين.

2 التقرير الإحصائي السنوي 2021م

3 التقرير الشهري لقيمة الملكية والقيمة المتداولة الشهر المنتهي في 30 ديسمبر 2021م

ينقسم المستثمرون النشطون إلى فئتين كبيرتين: مستثمري النمو ومستثمري الدخل. يبحث مستثمرو النمو عن الأسهم التي يعتقدون أن لديها القدرة على التفوق في الأداء على السوق ككل بمرور الوقت، وغالباً ما يتم تحديدها من خلال الأرباح المرتفعة والنمو المستمر في أعمالهم. أما مستثمرو الدخل، فيبحثون عن الأسهم التي يعتقدون أنها غير مفضلة حالياً، وهم على استعداد لامتلاكها والاحتفاظ بها حتى ترتفع.

ويستفيد جميع المستثمرين من المؤسسات بشكل متزايد من التقنيات التي تعتمد على البيانات وعلى الخوارزميات لتحليل أنماط التداول والتنبؤ بالأسعار. ومن ثم، يجب على علاقات المستثمرين أن تفهم المفاهيم الأساسية المتضمنة لمساعدة المستثمرين على فهم تحركات سعر السهم والتواصل بمصداقية مع مجتمع المستثمرين.

السيولة في أسهمها. كما أن قاعدة المستثمرين الأفراد الكبيرة تمنح الشركة أيضاً صورة عامة متميزة وعالية، مما يمكن أن يساعد في جعل منتجاتها وخدماتها أكثر رواجاً إذا تم بيعها مباشرة إلى المستهلكين. سبب آخر وراء سعي الشركات السعودية لجذب المستثمرين الأفراد هو تمكين المواطنين السعوديين من المشاركة في نجاح هذه الشركات وازدهارها مع توسع الشركة والاقتصاد ككل. ومن الشائع بالنسبة للشركات تخصيص بعض الأسهم لشريحة المستثمرين الأفراد عند تنفيذ الاكتتاب العام. وغالباً ما يتلقى المستثمرون الأفراد معلومات حول شركة ما ويتفاعلون معها بطرق مختلفة تماماً عن المستثمرين من المؤسسات، على سبيل المثال من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وليس من خلال الموقع الإلكتروني لعلاقات المستثمرين.

المستثمرون في أدوات الدين

ليس لإدارة علاقات المستثمرين نشاط كبير فيما يتعلق بأدوات الدين، بالمقارنة باستثمارات الأسهم التقليدية، حيث كان يُنظر إلى سوق الدين على أنه مستقر نسبياً وأقل تأثيراً على ثروات الشركة ككل. وتميل الشركات في المملكة العربية السعودية أيضاً إلى ألا تكون مُصدراً رئيسياً لأدوات الدين. غير أن هذه الصورة تغيرت مع تزايد تقلبات سوق الديون في السنوات الأخيرة وزيادة إصدار أدوات الدين. ارتفعت قيمة إصدارات أدوات الدين غير الحكومية في المملكة العربية السعودية بنسبة 239% في عام 2020م، لتصل إلى 31 مليار ريال سعودي مقارنة بمبلغ 9 مليار ريال سعودي في عام 2019م.⁵

وبالتالي، أصبح مستثمرو أدوات الدين من أبرز الفئات التي باتت تستهدفها إدارة علاقات المستثمرين. وعادة ما يأخذ زمام المبادرة أمين خزينة الشركة أو المدير المالي الذي يعمل عن كثب مع إدارة علاقات المستثمرين لضمان اتساق الرسائل وجودتها. وسيحتاج فريق علاقات المستثمرين إلى إشراك عدد من أصحاب المصلحة ويشمل ذلك مستثمري أدوات الدين ومطلي أدوات الدين ووكالات التصنيف ووسائل الإعلام المالية لخدمة مستثمري الدخل الثابت الحاليين. وقد يتضمن البرنامج أيضاً تسويق إصدارات أدوات الدين الجديدة، وإعداد المواد للحملات الترويجية.

المستثمرون الدوليون

بينما يتشابه المستثمرون الدوليون مع المستثمرين الإقليميين من نواحٍ عديدة، فإن لدى البعض منظوراً مختلفاً يجب أن تكون علاقات المستثمرين على دراية به. إذ يمكن أن يوجهوا النقد بشكل أكثر صراحة للشركات التي يستثمرون فيها. ويمكن أن ينشأ هذا في شكل الدعوات للمطالبة بمزيد من الامتثال للممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة، على سبيل المثال، أو التشكيك في السياسة الاستراتيجية والكفاءة الإدارية. وقد ترغب صناديق التحوط في بيع الأسهم على المكشوف، وهو الأمر الذي يزداد أهمية بعد طرح مجموعة تداول السعودية لمشتقات الأسهم في عام 2020م. وتلتزم هيئة السوق المالية بتعزيز دخول المستثمرين الأجانب بشكل مباشر وغير مباشر إلى السوق السعودية، ويشمل ذلك السماح للمستثمرين الاستراتيجيين الأجانب بامتلاك حصص استراتيجية في الشركات المدرجة. هذا ويهدف برنامج تطوير القطاع المالي الذي تنفذه الحكومة في إطار رؤية 2030 أيضاً إلى خلق بيئة جذابة للمستثمرين الأجانب.⁴

المستثمرون الأفراد

يشكل المستثمرون الأفراد عدداً كبيراً ومتنوعاً، فبعضهم يتداول بشكل متكرر والبعض الآخر لديه خطط طويلة الأجل على غرار المؤسسات. يتميز العديد من هؤلاء الأفراد بثرائهم، مع الإشارة إلى أن تداول السعودية تعرّف الأفراد أصحاب الثروات الكبيرة/ذوي الملاءة العالية على أنهم يمتلكون محفظة يبلغ متوسط حجمها مليون ريال سعودي أو أكثر، ويُعرّف المستثمرون المختصون الأفراد على أنهم يمتلكون محفظة يبلغ متوسط حجمها 50 مليون ريال سعودي. تسعى العديد من الشركات إلى جذب المستثمرين الأفراد لتوفير

<https://cma.org.sa/Market/QFI/Pages/default.aspx> 4

https://cma.org.sa/Market/Reports/Documents/cma_2020_report.pdf. التقرير السنوي لهيئة السوق المالية لعام 2020. 5

Goldman Sachs

إدارة التواصل المؤسسي في جولدمان ساكس

أهمية التعامل مع جانب البيع

من أفضل الممارسات لفرق علاقات المستثمرين المشاركة بانتظام مع جانب البيع والاستفادة من علاقاتهم وخبراتهم من أجل تضخيم رسالة علاقات المستثمرين الخاصة بك والالتقاء بالمساهمين الحاليين والمستقبليين. من خلال العمل عن كثب مع جانب البيع، يمكن لمسؤولي علاقات المستثمرين الاستفادة من وفورات الحجم التي تقدمها منصة توزيع المستثمرين العالمية والاستفادة من أحدث المعلومات المتوفرة لديها حول التوجهات والتطورات في جانب الشراء وفي السوق.

نصائح للتعامل مع جانب البيع:

- تغطية المحللين - تعتبر جودة وكمية التغطية البحثية مهمة. يعتمد جانب الشراء على المنظور الذي يوفره جانب البيع، خاصة للمستثمرين الذين يستثمرون خارج أسواقهم المحلية. كما ستكون التحديثات المنتظمة سواء كانت بعد إعلان الأرباح مهمة لضمان تحقيق أقصى استفادة من عالم التغطية الخاص بك.
- العمل مع فريق التواصل المؤسسي - لتحديد اجتماعاتك واتصالاتك والعمل على توعية المستثمرين. فهي تعمل مع فرق المبيعات والتداول والبحث لتوفير معلومات محدثة عن تحركات المستثمرين واتجاهاتهم ويمكنها أيضاً المساعدة في الخدمات اللوجستية حول العروض الترويجية لفرق الإدارة الخاصة بك. علاوة على ذلك، يستضيف العديد من الوسطاء مؤتمرات والتي تعد طريقة فعالة لمقابلة الكثير من المستثمرين في فترة زمنية قصيرة نسبياً.
- التعرف على فرق مبيعات جانب البيع - فهم يمثلون نقطة الاتصال الرئيسية اليومية لمستثمري جانب الشراء. وخبرة عملائهم أمر بالغ الأهمية. إنهم يعرفون معايير الاستثمار الخاصة بعملائهم ويصيغون توصياتهم وفقاً لذلك. ويمكنهم أيضاً المساعدة في نقل رسالتك إلى المستثمرين نيابةً عنك إلى جانب محلل الأبحاث.

2.2 المحللون

محللو جانب البيع والشراء لهم تأثير كبير على آراء المستثمرين ومدراء الصناديق، وعلى القرارات التي يتخذونها. لذلك فإن للمحللين مكانة هامة لدى إدارة علاقات المستثمرين. وعادةً ما يتم توظيف محللي جانب البيع من قبل شركات الوساطة والبنوك الاستثمارية، وينشر كل محلل عدة تقارير سنوياً حول الشركات التي يتابعها فور صدور بيانات الأرباح والأحداث المهمة الأخرى. وتميل تقارير المحللين إلى أن تشمل:



غالباً ما تكون النقطة الأخيرة هي الأكثر لفتاً للنظر، خاصة بالنسبة للصحفيين الذين يكتبون عن شركة.

يتم توظيف محللي جانب الشراء من قبل الصناديق أو غيرهم من المستثمرين ولا يتم نشر تقاريرهم وتوصياتهم للجمهور، ولكن يتم إعدادها حصرياً لصالح الكيان الذي يستخدم هذه التقارير والتوصيات لتوجيه قراراته الاستثمارية.

يميل محللو جانب البيع إلى تغطية الشركات ذات التداولات الكبيرة، ممن تتحلى بأعداد كبيرة من المساهمين المؤسسيين. وغالباً ما يركزون على قطاعات معينة، فقد يركز البعض على الشركات ذات رؤوس الأموال الكبيرة بينما يركز البعض الآخر على الشركات ذات رؤوس الأموال المتوسطة. من ناحية أخرى، فقد يكون البعض أكثر اهتماماً بمقاييس معينة للنجاح مثل صافي الربح أو التدفق النقدي.

يجب أن تضمن علاقات المستثمرين فهم الدوافع والتوقعات المختلفة للمحللين الفرديين لمساعدتهم على تغطية جميع جوانب الشركة بدقة وبشكل مقنع.

2.3

وسائل الإعلام

تقع مسؤولية العلاقات مع وسائل الإعلام في المقام الأول على عاتق إدارة الاتصالات بالشركة حيث تختلف آفاق واحتياجات الصحفيين بشكل كبير عن توقعات المستثمرين والمحليلين. ويعد تركيزها سطحياً بشكل أكبر وتميل إلى التأكيد على الرسائل البسيطة التي يمكن أن تصنع العناوين الجيدة، سواء كانت إيجابية أو سلبية.. تحتاج علاقات المستثمرين إلى التنسيق الوثيق مع إدارة اتصالات الشركة لضمان اتساق الرسائل، حتى لو لم تكن متطابقة تماماً. يجب أن يشارك قسم علاقات المستثمرين بشكل كبير في كتابة بيانات الأرباح والإعلانات المالية الأخرى، حيث إن هذا النوع من البيانات يتطلب معرفة متخصصة في القطاع. ويمكن أن يتأثر العديد من المستثمرين بما يقرؤونه في وسائل الإعلام تماماً كما يتأثرون بتقارير المحللين، أو ربما أكثر.

يجب أن يدرك قسم علاقات المستثمرين أنه إلى جانب أهمية بناء العلاقات مع وسائل الإعلام، يمكن أن يكون الاتصال بالصحفيين ذو منفعة متبادلة للغاية، لاسيما وأن الكثير منهم يعتبرون أن وظيفتهم تتمثل في المقام الأول في التحدي والسؤال وتقصي المعلومات. وهذا ينطبق بشكل خاص على وسائل الإعلام الدولية. من المهم أيضاً معرفة ما إذا كان الصحفي مرتبطاً بموعد نهائي ضيق، لأنه إذا وصل الرد على سؤال له بعد فوات الأوان، فسيكون عديم الجدوى. وهذا هو الحال غالباً مع وكالات الأنباء، التي تبذل قصارى جهدها لتقديم الأخبار قبل الآخرين. يجب أيضاً اعتبار الصحفيين أصحاب مصلحة مهمين في الشركة، حتى عندما تكون تقاريرهم تنطوي على معلومات حساسة. ومن المهم تجنب العلاقة غير الجيدة مع الصحفيين، لأنها غالباً ما تقود إلى نتائج عكسية، كما هو الحال عند تجاهل أسئلتهم، حيث يؤدي ذلك إلى مزيد من التغطية السلبية.

يجب الرد على الأسئلة الواردة من وسائل الإعلام من خلال إدارة الاتصالات، مع مشاركة علاقات المستثمرين عند الضرورة. ويتم تسليم الردود عادة إما من قبل إدارة الاتصالات نفسها أو مسؤول تنفيذي كبير.

2.4

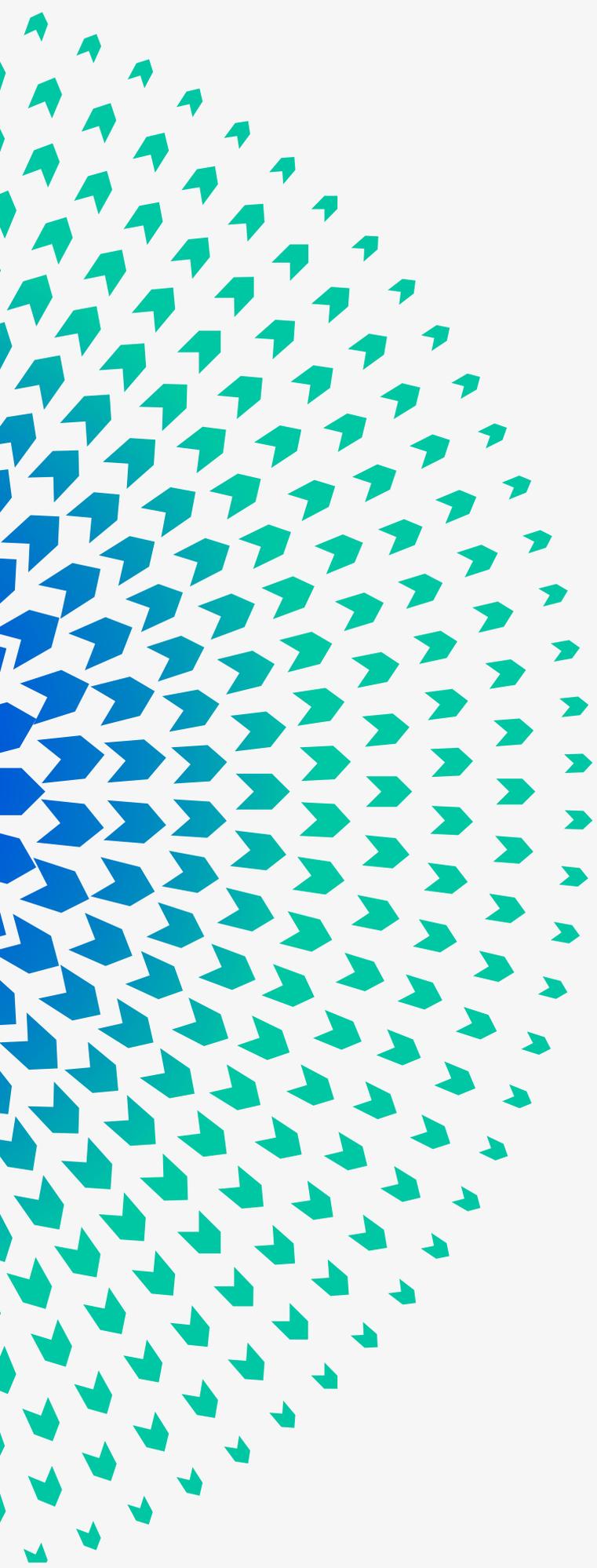
الأطراف الداخلية

يشتمل جمهور علاقات المستثمرين على الإدارة العليا للشركة والعديد من الإدارات الأخرى. ويجب أن تضمن علاقات المستثمرين وجود هيكل محدد جيداً لتدفق المعلومات مع الإدارة العليا مقترناً بعلاقة تعاونية، مما يوفر إطار عمل لعلاقات المستثمرين لجمع المعلومات حول الشركة من الإدارة، وتقديم التقارير إلى الإدارة بشأن آراء المستثمرين وردود أفعالهم.

سيسمح إطار العمل الواضح والتعاوني لعلاقات المستثمرين بالتكامل مع الإدارات الرئيسية الأخرى ذات الصلة لتمكين التواصل الفعال مع مجتمع الاستثمار والهيئات الحكومية والتنظيمية والجهات الأخرى المعنية. كما سيتمكن علاقات المستثمرين من تطوير الرسائل الشاملة ومحتوى المواد الرئيسية مثل العروض التقديمية للأرباح والتقرير السنوي. سيتمح الدعم الظاهر والواضح من كبار المديرين التنفيذيين لعلاقات المستثمرين مصداقية إضافية في تعاملاتها مع الإدارات الأخرى.

بالإضافة إلى العمل عن كثب مع إدارة الاتصالات بشأن قضايا الإعلام، من المرجح أن تجد علاقات المستثمرين نفسها تعمل في كثير من الأحيان مع الإدارة القانونية أو إدارة الحوكمة بشأن المتطلبات التنظيمية ومتطلبات الإفصاح، وإدارة الشؤون المالية بشأن إعلانات نتائج الأرباح وفي الرد على أسئلة المستثمرين. وتتواصل مع الإدارات التي تدير أجزاء مختلفة من العمل، مثل تقديم المنتجات أو الخدمات، من أجل فهم التفاصيل حول العمليات التجارية للشركة. وفي هذا السياق، فإن الحفاظ على علاقات منتجة من الناحية المهنية وودية من الناحية الشخصية يعد أمراً ضرورياً لضمان سلامة عمل قسم علاقات المستثمرين.

المستثمر بين بناء برنامج علاقات



يجب تطوير برنامج شامل لعلاقات المستثمرين وتحديثه باستمرار والذي يُعرض فيه مخرجات السنة المقبلة على الأقل، بحيث تكون الإدارة العليا ومسؤولي علاقات المستثمرين متفقين بما يتعلق بالمرحلة الرئيسية والأهداف.

كما يجب إنشاء البرنامج استناداً إلى الإعلانات الرئيسية للنتائج الربعية ونصف السنوية والسنوية، جنباً إلى جنب مع الفعاليات الرئيسية الأخرى التي يكون موعدها معروفاً مسبقاً، مثل نشر التقرير السنوي والجمعية العمومية السنوية. يمكن كذلك تضمين التطورات المهمة الأخرى التي لا تحدث بالضرورة وفقاً لجدول زمني، مثل إعلان الاستحواذ والسيطرة أو تعيين رئيس تنفيذي جديد أو إطلاق خط إنتاج رئيسي جديد، حسب الحاجة.

يتمثل مفتاح نجاح برنامج علاقات المستثمرين في التخطيط المسبق. ويجب أن تأخذ إدارة علاقات المستثمرين زمام المبادرة من خلال صياغة الجدول الزمني، والحصول على الموافقة عليه من الإدارة العليا، والتأكد من أنها ستكون متاحة للمشاركات خلال العام الذي يتطلب مشاركتها.

يجب أن يظل برنامج علاقات المستثمرين قيد المراجعة المستمرة بما يتماشى مع أي احتياجات متغيرة للشركة. كما يجب الأخذ في عين الاعتبار آراء مجتمع المستثمرين حول كيفية تعزيز الإفصاحات، ومواد الإعلان عن الأرباح، وكذلك مكالمات مناقشة الأرباح والعناصر الرئيسية الأخرى للبرنامج. يجب أيضاً أن يُطلب من الإدارات الأخرى في الشركة تقديم ملاحظاتها.

من الضروري الاستفادة بشكل جيد من الأوقات الهادئة نسبياً بين العناصر الرئيسية في التقويم، فهي تمثل فرصاً سانحة أمام إدارة علاقات المستثمرين لتطوير العلاقات مع المستثمرين، وإجراء استطلاعات الرأي والتصورات وتحليل المساهمين، وتحديد المؤتمرات رفيعة المستوى التي قد تتحدث فيها الإدارة العليا، وتطوير الأدوات الإعلامية المساعدة التي تشمل الموقع الإلكتروني لعلاقات المستثمرين، والأنشطة الأخرى التي تدعم برنامج علاقات المستثمرين.

3.1

رسائل البرنامج

يجب على برنامج علاقات المستثمرين إيصال رسائل واضحة وبسيطة إلى المجتمع المالي توضح تماماً حالة الاستثمار بالشركة. ويجب تكرار الرسائل الرئيسية في كل فرصة مناسبة بحيث تشكل جزءاً من هوية الشركة في أذهان المستثمرين. ويمكن تعزيزها برسائل أكثر تحديداً لمعالجة قضايا معينة حسبما تقتضي الحاجة.

وبالنظر إلى تصورات السوق الحالية، يجب تطوير الرسائل الرئيسية حول عدد من الموضوعات بما في ذلك:

- سجل الشركة الخاص بالتوسع والتطوير
- آفاق نمو الأسواق التي تعمل فيها الشركة
- استراتيجية الشركة وأهدافها الرامية لتحقيق النجاح على المدى الطويل
- جودة الإدارة بما في ذلك قدرتها على الابتكار واغتنام الفرص
- القوة المالية للشركة، خاصة فيما يتعلق بنمو الأرباح
- قدرة الشركة على الاستجابة لرياح السوق المعاكسة أو معالجة مشكلات العمل

يجب أن تعتمد الرسائل بشكل كبير على الحقائق والبيانات حول منتجات الشركة أو خدماتها، وأموالها، وأسواقها للتحقق من صحة الخطوات التي يتم اتخاذها. كما يجب أن تكون محفزة وإيجابية، دون أن تنطوي على يقين بشكل غير واقعي، لتشجيع المستثمرين على المساهمة في شراء الأسهم وتطوير بياناتها. ونظراً لأهمية ذلك، ينبغي استثمار الكثير من الوقت والتفكير في تطوير وتنقيح الرسائل المناسبة، بحيث تبرز الشركة في مواجهة مجموعة من نظرائها وفي السوق ككل.

3.2

موارد البرنامج

سوف يتعثر أفضل برنامج لعلاقات المستثمرين، حتى لو كان مدعوماً برسائل ممتازة، إذا كان يفتقر إلى الموارد المناسبة لتنفيذه. حيث يجب أن تعمل إدارة علاقات المستثمرين على ما هو مطلوب بالضبط للمهام القادمة، بدءاً من قدرة فريقها الخاص ومراعاة مقدار المدخلات، والمساعدة التي ستلقاها من الإدارات الأخرى.

ينبغي بعد ذلك تحديد ما إذا كان من الأفضل الاستعانة بمصادر خارجية لأداء بعض المهام بدلاً من تنفيذها داخل الشركة. وغالباً ما يكون الفصل في هذا الأمر صعباً. فقد تكون تكلفة تعهيد المهام إلى المزودين الخارجيين باهظة التكلفة، ولكنهم في كثير من الحالات يتمتعون بخبرة غير متوفرة داخل الشركة.

ويمكن لشركات علاقات المستثمرين المتخصصة أن توفر كُتاب المحتوى من ذوي الخبرة الواسعة في الأسواق المالية بالإضافة إلى قدراتهم السمعية والبصرية وقدرات التصميم الإبداعية عالية الجودة، مما سيساعد فريق علاقات المستثمرين بالشركة على التفرغ للقيام بمهام أخرى مثل التركيز بشكل أكبر على العلاقات مع المستثمرين والمحللين، وتقديم ملاحظات السوق إلى الإدارة المسؤولة.

عند مناقشة احتياجاتهم مع الإدارة العليا، على قسم علاقات المستثمرين البحث عن موارد إضافية لبعض الفعاليات الأكبر المخطط لتنظيمها. وقد ترى الإدارة قيمة في إنفاق المزيد من المال على مقطع فيديو، على سبيل المثال، أو مؤتمر يضم عدداً أكبر من المستثمرين مما هو مقترح في الأصل، إذا أوضح قسم علاقات المستثمرين المبرر وراءه. ويمكن أيضاً مشاركة خطوط التكلفة مع الإدارات الأخرى بحيث يمكن الإشارة إلى أنها ستعود بالفائدة، مثل إدارة العلاقات العامة إذا كان سيتم تعيين أماكن لإجراء مقابلات مع وسائل الإعلام واجتماعات مع المستثمرين والمحللين.

كما يجب أيضاً تخصيص موارد للتدريب، مثل تدريب المتحدثين الرسميين على كيفية تقديم عرض تقديمي مقنع والتعامل مع الأسئلة الحساسة، وكذلك موارد للتطوير المستمر لفريق علاقات المستثمرين. ويمثل ذلك مجالاً آخر حيث يمكن أن يكون التعاقد مع مزود خدمة خارجي يستحق التكلفة لأن الخبرة غالباً لا تكون متاحة داخل الشركة.

3.3

المهام الرئيسية في تقويم علاقات المستثمرين

النتائج المالية

تحدد النتائج المالية للشركة، والتي يشار إليها غالباً باسم نتائج الأرباح، جدول الأعمال لكيفية فهم السوق لها وتقييمها. إن انتظام إعلانات النتائج يجعلها منصة مثالية لتعزيز المتسق للرسائل الرئيسية. ويجب استخدامها في إنشاء سرد مترابط ومتطور للأحداث.

بالنسبة للشركات المدرجة في المملكة العربية السعودية، حددت هيئة السوق المالية الجداول الزمنية لتقويمات التقارير. تجدر الإشارة إلى أنه في السوق الرئيسية، يجب إعلان النتائج كل ثلاثة أشهر في غضون 30 يوم عمل من فترة الانتهاء. أما في نمو- السوق الموازية، فالمتطلبات أقل صرامة، حيث تتطلب نتائج نصف سنوية فقط ويسمح بفترة 45 يوم عمل قبل الإعلان عنها. وفي كلا السوقين، يجب الإعلان عن نتائج العام بالكامل في غضون 3 أشهر⁶.



دليل وسائل الإعلام
والمقابلات



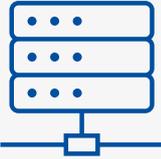
المكالمة الجماعية
لمناقشة الأرباح - النص
والأسئلة والأجوبة



تحديثات الموقع
الإلكتروني



وثيقة المعلومات



ملف المحللين



النشرة البريدية
للمستثمرين

الإعداد

دليل أفضل الممارسات في الأرباح

يتوقع المستثمرون أفضل الممارسات الدولية فيما يتعلق بجودة إعلانات النتائج وطريقة تقديمها في السوق. لذا، فهناك حاجة ماسة للإعداد التفصيلي ويجب إبلاغ السوق بموعد إعلان النتائج بشكل مسبق بوقت معقول. حيث من المرجح أن تنفذ الشركة عملية الإعداد مع وسيطها المؤسسي، وهذا الوسيط هو شركة استشارية تمثل حلقة الوصل بين الشركة ومجتمع المستثمرين ويمكنها المساعدة في دعوة المستثمرين المناسبين إلى العروض التقديمية.

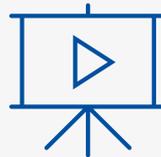
وسيشمل إعلان النتائج جميع الأرقام المالية والتشغيلية الرئيسية التي يتوقعها المستثمرون بما في ذلك الإيرادات، وإجمالي وصافي الربح الأرباح قبل احتساب مصاريف الاستهلاك والإطفاء والفوائد والضرائب (EBITDA) وهوامش الربح؛ والأصول والمطلوبات. ومن الملائم التركيز على بعض النتائج أكثر من غيرها لمساعدة المستثمرين على تشكيل فهم كامل لتطور الشركة وتوجهها الاستراتيجي؛ ومع ذلك، يجب تجنب اختيار الأرقام الأفضل أو الأكثر استحساناً حصراً لأن ذلك قد يؤدي إلى نتائج عكسية. وقد يوفر العرض التقديمي وغيرها من الأدوات الإعلامية المساعدة المزيد من



بيان الأرباح



إعلان تداول
السعودية



العرض التقديمي
الخاص بالأرباح



محتوى وسائل
التواصل الاجتماعي
الداعمة

⁶قواعد طرح الأوراق المالية والالتزامات المستمرة:

https://cma.org.sa/RulesRegulations/Regulations/Documents/OSRCI_ar.PDF

التفصيل حول بعض نواحي أعمال الشركة أكثر من غيرها، بحيث يركز المستثمرون على الجوانب الأكثر أهمية.

يجب أيضاً أن يؤخذ أداء الشركات الأخرى في عين الاعتبار، بالإضافة إلى محتوى وأسلوب العروض التقديمية لمستثمريها، حيث سيجري المستثمرون مقارنات بالتأكيد. كما يجب على علاقات المستثمرين أيضاً الاتصال بالمستثمرين والمحللين لقياس آرائهم وأي مخاوف قد تكون لديهم، بحيث يمكن معالجتها عند الإعلان عن الأرباح.

وتعد صياغة مثل هذا المحتوى وتقديمه بشكل جذاب مهمة صعبة ومعقدة من الأفضل أن تبدأ قبل عدة أسابيع من الإعلان عن الأرباح، مع توقع العديد من جولات المناقشة والمراجعة قبل الوصول إلى الإصدار النهائي.

يجب أيضاً نشر توقعات المحللين على موقع الشركة الإلكتروني للوصول إلى إجماع دقيق في الآراء والمساعدة في مراقبة توقعات السوق.

ومع اقتراب اليوم الذي سيتم إعلان النتائج فيه، يجب على علاقات المستثمرين الاتصال بالمستثمرين والمحللين لتأكيد حضورهم المكاملة الجماعية لمناقشة الأرباح. ويتم إجراء هذه المكاملة الجماعية عادةً في نفس يوم الإعلان، على الرغم من أنها قد تُجرى في بعض الأحيان بعد يوم أو يومين من الإعلان. يجب أن تعمل علاقات المستثمرين أيضاً مع إدارة العلاقات العامة لضمان ترتيب مقابلات "يوم الإعلان عن النتائج" مع وسائل الإعلام الرئيسية مسبقاً بوقت كاف من قبل كبار المديرين التنفيذيين.

ومن الأهمية بمكان أن يشارك المتحدثون الرسميون الذين سيقدمون العرض التقديمي لنتائج الأرباح بشكل كامل في إعداده وأن يتدربوا عليه بشكل كافٍ، بالإضافة إلى جلسة الأسئلة والأجوبة التي تليه مباشرة. ويجب توقع جميع أنواع الأسئلة، بدءاً من الأسئلة المتعلقة بالاستراتيجية وقيادة الشركة إلى الاستفسارات حول التغييرات في تكلفة المبيعات والعناصر غير الواضحة في الميزانية العمومية. ويجب أن تتأكد علاقات المستثمرين من أن الإدارة على دراية جيدة بكيفية الرد على الاستفسارات الصعبة والمحيرة، على الرغم من أن الاستعداد لهذه الاستفسارات ليس دائماً ممارسة مريحة.

المهام

قبل 4 أسابيع قبل 3 أسابيع قبل أسبوعين قبل أسبوع



- وضع خطة وجدول زمني ليوم الإعلان عن النتائج، وإشراك أصحاب المصلحة من أجل المدخلات (تحديثات مالية وتشغيلية).
- تطوير الرسائل الرئيسية بناءً على المدخلات الداخلية، ووضع مسودات البيانات المالية، ووضع مسودات مواد دليل علاقات المستثمرين. تحديث نموذج علاقات المستثمرين
- تحضير خطة الإعلام، وتأكيد تفاصيل مكاملة مناقشة الأرباح، و الاطلاع على المناخ السائد في السوق لتحديد القضايا الرئيسية
- تحضير لقاءات المستثمرين ما بعد مكاملة مناقشة الأرباح، ومقابلات وسائل الإعلام. مراجعة مواد دليل علاقات المستثمرين
- التدريب على العرض التقديمي للأرباح وجلسة الأسئلة والأجوبة. توقيع كل المستندات، تأكيد الاجتماعات والمقابلات الصحفية

يوم الإعلان عن النتائج

جدول زمني إرشادي للإعلان عن نتائج الأرباح:

| | |
|--|-----------------------------------|
| تعميم المستندات النهائية لعلاقات المستثمرين على أصحاب المصلحة الداخليين والمستشارين الخارجيين حسب الضرورة | تاريخ إعداد التقارير (قبل ساعتين) |
| | تاريخ إعداد التقارير |
| تقديم النشرة التنظيمية للنتائج إلى السوق المالية السعودية " مع البيانات المالية الكاملة وملخص لها، ونموذج إعداد التقارير التجارية XBRL | 08:30 ص |
| إصدار البيان الصحفي لوسائل الإعلام المحلية والدولية | 10 صباحاً |
| إصدار البيان الصحفي والبيانات المالية للمستثمرين والمحليين من البنوك وشركات الوساطة | 10 صباحاً |
| نشر الإصدارات والبيانات المالية على الموقع الإلكتروني الخاص بعلاقات المستثمرين نشر النتائج على قنوات التواصل الاجتماعي للشركة | 11 صباحاً |
| مقابلة الرئيس التنفيذي الفردية المباشرة مع وسائل الإعلام | 12 ظهراً |
| مقابلة الرئيس التنفيذي الهاتفية الفردية مع وسائل الإعلام | 12:30 ظهراً |
| مقابلة الرئيس التنفيذي الفردية مع وسائل الإعلام | 1 ظهراً |
| استضافة مكالمة مناقشة الأرباح ربع السنوية | 3 مساءً |
| استضافة الرئيس التنفيذي لاجتماع داخلي للموظفين أو تعميم رسالة داخلية | 4 مساءً |
| | تاريخ إعداد التقارير +1 |
| مكالمات ميدانية مع وسائل الإعلام، مراقبة التغطية الإعلامية | 8 صباحاً |
| تعميم تقرير التغطية الإعلامية | 10 صباحاً |
| مناقشات هاتفية لعلاقات المستثمرين مع المحليين/البنوك | 11 صباحاً - 2 مساءً |
| مراقبة التغطية الإعلامية وتوصيات المحليين | طوال اليوم |
| | تاريخ إعداد التقارير +4 |
| رفع جميع المواد ذات الصلة بالأرباح بما في ذلك عرض مكالمات مناقشة الأرباح وتسجيل المكالمات والنص الكتابي على الموقع الإلكتروني لعلاقات المستثمرين | 10 صباحاً |

يجب إصدار الإعلان عن نتائج الأرباح كإفصاح على الموقع الإلكتروني لـ "تداول السعودية" تماشياً مع تعليمات هيئة السوق المالية للائحة إعلانات الشركات. وهي تشمل الإيرادات، وإجمالي الربح، وأرباح التشغيل وصافي الربح (أو الخسائر)، وكذلك إجمالي الدخل الشامل، بما في ذلك مقارنات مع نفس الفترة من العام السابق. ويجب تقديم أسباب التغييرات في الربح وقد تضيف الشركة مزيداً من المعلومات إذا رغبت في ذلك.

كما يجب، بالتوازي مع ذلك، إصدار بيان أكثر تفصيلاً، يُشار إليه غالباً باسم بيان الأرباح، مع نشر الإفصاح على الموقع الإلكتروني لـ "تداول السعودية"، يحتاج ذلك إلى إرضاء العديد من الجماهير في وقت واحد - المستثمرين والمحللين ووسائل الإعلام على الصعيدين الدولي والإقليمي. بالإضافة إلى تضمين نفس الأرقام الموجودة في الإفصاح، إذا كان يتضمن غالباً معلومات أكثر تفصيلاً مثل الهوامش والتدفقات النقدية والمزيد من المعلومات عن الميزانية العمومية بالإضافة إلى الإيرادات والربحية الموزعة حسب قطاعات الأعمال داخل الشركة، يجب أن يشرح البيان أسباب التغييرات في الأرقام من الفترة السابقة، سواء كانت إيجابية أو سلبية، بمزيد من التفصيل عما هو متضمن في الإفصاح. ويمثل ذلك فرصة لمناقشة الأداء التشغيلي للشركة بشكل عام، مع الأخذ في الاعتبار الحالة العامة للسوق، وكيف تتقدم الشركة في تنفيذ أية خطة عمل قد تكون أعلنت عنها سابقاً بشكل جيد. على سبيل المثال، إذا ارتفعت تكاليف المبيعات لأسباب خارجة عن سيطرة الشركة، مما يؤثر على الأرباح، يجب توضيح ذلك بصراحة مطلقة. كما يجب تسليط الضوء على الزيادة أو النقصان المفاجئ في المبيعات في خط الإنتاج أو الخدمة، مع ذكر الأسباب. ويجب دائماً التأكيد على تقدم الشركة في المسائل المتعلقة بالممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة حيث يرى العديد من المستثمرين أن هذا جزء لا يتجزأ من أعمال كل شركة.

يجب أن يتضمن بيان الأرباح فقرة تتم فيها مناقشة التوقعات على المدى القريب والاستراتيجية المستقبلية، بما في ذلك شرح كيفية تحقيق الأهداف، على سبيل المثال عن طريق زيادة رأس المال أو دخول أسواق جديدة. ويمكن أن تكون هذه الفقرة على مستوى عالٍ من الدقة، ولكنها محددة بدرجة كافية لتمكين السوق من تكوين وجهة نظر حول طموحات الشركة وقدرتها على تحقيقها.

يجب أن تتضمن نشرة الأرباح أيضاً سرداً وبيانات مقنعة، والتي ستبقى في أذهان العديد من قرائها لفترة طويلة بعد نسيان التفاصيل المالية. ويمكن أن يركز عنوان بيان الأرباح على موضوع بسيط، مثل تحقيق أرباح متزايدة، أو تطوير منتجات أو خطوط خدمة جديدة. يمكن تكرار ذلك في الفقرة الأولى، والتأكيد عليه مرة أخرى في اقتباس من قبل الرئيس التنفيذي.

ستؤثر هذه القصة على صورة الشركة كعلامة تجارية وكيان مؤسسي، وينبغي تخصيص وقت كافٍ لتحديد الرسائل الأساسية بدقة. كما أن كتابة نص البيان بصورة احترافية مسألة بالغة الأهمية. فقد تقدم الإدارة العليا بالتعاون مع علاقات المستثمرين الموضوع الرئيسي للبيان، ويمكن للإدارة المالية تقديم الأرقام التي تدعمها، ولكن يجب إسناد مهمة صياغة النص إلى كاتب متخصص لتقديم محتوى جذاب يستقطب القارئ ويشجعه على الاطلاع أكثر للحصول على المزيد من المعلومات. الذي يميز البيان المُصاغ بشكل جيد أنه يذكر الجوانب السلبية في أداء الشركة بطريقة ملائمة تحقق الشفافية والتوازن في الطرح، وتلفت في الوقت نفسه انتباه القارئ إلى الجانب الإيجابي.

سيركز الصحفيون بشكل خاص على الرسائل الرئيسية الهامة، حتى إن لم يقوموا باقتباسها كما هي، حيث يمتاز كل صحفي بطريقته وأسلوبه الخاص به في سرد الخبر والتعامل مع نشرات الأداء المالي.

راجع الدليل المفصل في الصفحة 62.

العرض التقديمي الخاص بالأرباح

يجب أن يغطي العرض التقديمي الخاص بالأرباح، نفس الأسس الواردة في البيان الصحفي لنتائج الأرباح، معروضاً على شرائح باوروينت ومقدماتاً إلى المستثمرين والمحللين من قبل الإدارة العليا، ولكن بمزيد من التفصيل من حيث البيانات المالية وأداء الأعمال. وعلى نحو مثالي، سيبدأ الرئيس التنفيذي العرض التقديمي، ثم سيسلم دفة الحديث إلى المدير المالي وربما مدير العمليات في النقاط المناسبة. يجب أن تبدأ الشرائح بمقدمة عامة وافية عن الشركة، تليها عادةً نظرة مختصرة على أحدث السمات المالية الرئيسية. بعد ذلك، يمكن مناقشة السوق والمشهد التنافسي الذي تعمل فيه الشركة، تعقبها مراجعة مفصلة للغاية للأعمال والأداء المالي. وفي النهاية، يتم تحديد استراتيجية الشركة وتوقعاتها. وفي الغالب تستغرق العروض التقديمية غالباً 20 أو 30 دقيقة لعرضها. كما هو الحال مع البيان الصحفي ستتطلب الرسائل وتدفق العرض التقديمي تفكيراً وتحضيراً دقيقين، وينبغي الحرص على تصميم شرائح جذابة ويسهل فهمها، مع تسمية المخططات والجداول بوضوح. غالباً ما تبدو المعلومات المالية مشوشة للغاية ما لم يتم تنظيمها.

يلي العرض التقديمي جلسة أسئلة وأجوبة، والتي غالباً ما تستمر لفترة أطول من العرض التقديمي نفسه. بالإضافة إلى التحضير المكثف الذي سيقومون به لهذه الجلسة، يجب على مقدمي العرض إحضار ملاحظات موسعة بحيث يمكنهم الرجوع إليها للحصول على المعلومات الحقيقية والرسائل الخاصة بالشركة.

راجع الدليل المفصل في الصفحة 63.

ونظراً لأن المستثمرين الأفراد يمثلون غالبية نشاط التداول في السوق، فقد أصبح توزيع معلومات الأداء من خلال قنوات التواصل الاجتماعي أمراً مهماً بشكل متزايد. ويجب على الشركات نشر بيانات الأرباح بمحتوى سهل الاستيعاب، وتوزيعه في وسائل التواصل الاجتماعي في نفس وقت البيان الصحفي عند إعلان النتائج.

المعلومات المقدمة للمحللين

يمكن تطوير ملف بالمعلومات لتزويد المحللين والمستثمرين بالبيانات المالية والتشغيلية وبيانات الممارسات البيئية والاجتماعية وحوكمة الشركات التي يحتاجون إليها. كما يمكن إعداد ملف المحللين في صيغة إكسل أو في صيغة إلكترونية أكثر تعقيداً حيث يحتوي هذا الملف عادةً على بيانات مالية تاريخية تم الإبلاغ عنها وبيانات تشغيلية محددة وبيانات أخرى عن الممارسات البيئية والاجتماعية وحوكمة الشركات بتنسيق جداول بيانات، مما يسمح للمحللين والمستثمرين بالوصول بسهولة إلى البيانات المطلوبة لتحليل الشركة. تعمل هذه الأداة على تعزيز الشفافية وتحسين مشاركة المستثمرين، مما يسمح لفرق علاقات المستثمرين بزيادة الموارد إلى أقصى حد ممكن والاستفادة بشكل أفضل من وقت الفرق التنفيذية.

التقرير السنوي

يضم التقرير السنوي جميع الأحداث والتطورات التجارية والمالية الرئيسية التي حدثت العام الماضي في مستند واحد. ويلجأ المستثمرون والمحللون ووسائل الإعلام إلى هذا التقرير لفهم الصورة الشاملة عن الشركة وكذلك لإيجاد التفاصيل. حيث يجب أن يسهل فهمه وتصقحه في الموقع الإلكتروني لعلاقات المستثمرين، ويعتبر أحد أهم أدوات الاتصال الأساسية لعلاقات المستثمرين للمساعدة في فهم مجمل مخرجاتها الهائلة من خلال قنوات مختلفة خلال الـ 12 شهراً الماضية. وكما يفضل الإعلان عن تاريخ نشره مسبقاً.

يتضمن التقرير السنوي النموذجي كلمة افتتاحية شاملة من رئيس مجلس الإدارة، والتي يمكن أن تغطي أداء الشركة دون الخوض في التفاصيل، وكذلك يجب أن تحدد الرسالة الاتجاه العام للشركة وتوقعاتها. بعد ذلك، يمكن لبيان أكثر تفصيلاً ضمن كلمة الرئيس التنفيذي استعراض كيفية أداء العمل خلال العام الماضي. كما يمكن للمدير المالي أن يكتب عن الإيرادات والأرباح والبيانات المالية الأخرى وقد يساهم كبار المسؤولين التنفيذيين الآخرين أيضاً بمنظورهم الخاص حول الأعمال.

مع تحسين تقنية مؤتمرات الفيديو، أصبح من الشائع بشكل متزايد استخدام هذه الطريقة للإعلان عن نتائج الأرباح. ونظراً لأنه يمكن للمساهمين في جميع أنحاء العالم المشاركة، فإن ذلك يخلق مجالاً متكافئاً، حيث يتلقون جميعاً المعلومات ويمكنهم طرح الأسئلة في الوقت نفسه. وتجدر الإشارة إلى أن اللغة الإنجليزية هي اللغة المفضلة في السوق الرئيسية، على الرغم من أنه يجب أيضاً نشر شرائح العرض التقديمي وجميع الأدوات الإعلامية المساعدة ذات الصلة باللغة العربية بما يتماشى مع توقعات السوق.

كما يمكن الاستعانة بمنسق، غالباً ما يكون أحد أفراد فريق وسطاء الشركة، لبدء وإنهاء العرض التقديمي لنتائج الأرباح وإدارة جلسة الأسئلة والأجوبة، بما في ذلك تحديد الأسئلة التي يجب استدعاء المتحدثين الرسميين للشركة للإجابة عليها.

وغالباً ما تقوم الشركات بحملات ترويجية محلية وربما خارجية في أقرب وقت ممكن بعد إعلان نتائجها. كما هو الحال مع العرض التقديمي لنتائج الأرباح الأولية، يجب أن تشارك الإدارة العليا في هذه الفعاليات. حيث يجب طلب التعليقات والملاحظات بعد ذلك بوقت قصير من المستثمرين والمحللين، لتقييم ردود فعلهم على النتائج نفسها والطريقة التي تم تقديمها بها. ويجب أن يقوم المحللون بمراجعة التوقعات الجديدة لتمكين الكشف عن إجماع جديد في الآراء.

عندما تعلن شركة أرباحها، يتوقع الصحفيون الوصول إلى الإدارة العليا لمناقشتها تماماً كما يفعل المستثمرون والمحللون. ومع ذلك، يُنصح بالفصل بين الموجزات الصحفية، حيث يمكن أن تكون أسئلة الصحفيين مختلفة للغاية وعادة ما يكون لديهم معرفة أساسية أقل عن الشركة. قد يمنع التحدث بحرية وجود الصحفيين في اجتماع مع المستثمرين والمحللين المتحدثين الرسميين باسم الشركة، إذا كان سيتم نشر ما يقولونه. لذا، يجب أن تدير إدارة العلاقات العامة الموجزات الصحفية بالتعاون مع علاقات المستثمرين.

راجع الدليل المفصل في الصفحة 63.

وثيقة المعلومات

غالباً ما تنشئ الشركات وثيقة معلومات بسيطة توفر معلومات "سريعة" عنها في صفحتين أو ثلاث. وتركز هذه البيانات على أهم الأرقام والرسائل، مع عرض موجز لأنشطة الشركة، والغرض منها هو تقديم نظرة عامة يسهل استيعابها بشكل أسرع بكثير من بيان الأرباح أو العرض التقديمي. ويمكن تحديثها بسرعة مع كل إعلان جديد عن نتائج الأرباح وعرضها بشكل بارز على الموقع الإلكتروني لعلاقات المستثمرين.

يجب أن يشمل التنسيق المذكور أدناه:

- مقدمة ونظرة عامة على الأعمال
- بيانات المدير التنفيذي والشؤون الإدارية
- استراتيجية الشركة للعام القادم وما بعده
- نظرة عامة على السوق
- إدارة العمليات ومعايير قياس أداء الأعمال
- البيانات المالية المفصلة
- معلومات الحوكمة بما في ذلك حضور اجتماعات مجلس الإدارة
- المخاطر والشكوك التي ينطوي عليها العمل
- أداء الممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة

كما هو الحال مع جميع مستندات الشركة المهمة، من الأفضل نشر التقرير السنوي باللغتين الإنجليزية والعربية. ويجب التركيز بشكل خاص على التصميم الإبداعي، وذلك لدوره في إضفاء عنصر الجاذبية على المستند، كما أنه يساعد المستثمرين على استيعاب المعلومات بسهولة أكبر، حيث أصبحت التقارير السنوية رقمية فقط على نحو متزايد بما يتماشى مع عادات القراءة المتغيرة وأصبحت تتجنب استخدام الورق والطباعة. أمثالاً لسياسات الممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة.

وتنشر بعض الشركات تقاريرها السنوية على موقع إلكتروني مصغر مخصص لها، بدلاً من نشرها بتنسيق pdf، وهذا يجعل أقسامه المتنوعة أكثر وضوحاً لمحركات البحث، كما يمكّن الشركة من استخدام التحليلات لمعرفة نوعية البحث.

قبل 0 شهور قبل ٤ شهور قبل ٣ شهور قبل شهرين قبل شهر



المهام

- وضع خطة التقرير السنوي وتحديد الفرق الداخلية المشاركة
- إجراء بحث مقارنة والبدء بجمع المعلومات. إشراك المدير والفرق التنفيذية ووحدات الأعمال
- تحديد الرسائل الرئيسية للسنة. البدء بكتابة المحتوى
- وضع احتياجات تصميم التقرير السنوي (الصور والرسومات المطلوبة)
- وضع اللامسات الأخيرة على المحتوى والتصميم. الحصول على الموافقة من جميع أصحاب المصلحة الداخليين. نشر التقرير قبل الموعد التنظيمي النهائي

نبذة:

شركة اتحاد اتصالات (موبايلى) هي شركة اتصالات تقدم خدمات متكاملة للأفراد والشركات والمشغلين. وتصل شبكتها إلى جميع المدن الرئيسية في المملكة العربية السعودية، مما ينهي احتكار صناعة الاتصالات اللاسلكية في المملكة من خلال توفير خدمات الاتصالات المتنقلة على المستوى الوطني. حصلت موبايلى على أكثر من مليون مشترك في أول 90 يوماً من عملها في عام 2005، ولقبت بمشغل الهاتف المحمول الأسرع نمواً في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا في عام 2006.

علاقات المستثمرين في موبايلى:

فازت موبايلى بالمركز الأول في جائزة أفضل تقرير سنوي - الفئة الرقمية والمركز الأول في جائزة أفضل تقرير سنوي - فئة الطباعة في الشرق الأوسط في الحدث الذي نظّمته جمعية علاقات المستثمرين في الشرق الأوسط (ميرا). علاوة على ذلك، فقد كان رئيس علاقات المستثمرين من بين أفضل ستة متخصصين في علاقات المستثمرين في المملكة العربية السعودية. تأتي هذه الجوائز نتيجة تصويت المستثمرين والمحللين على أداء علاقات المستثمرين والتقارير السنوية للشركات المدرجة لعام 2020م في الشرق الأوسط.

التحدي:

عملت موبايلى على إعداد تقرير سنوي يتماشى مع أفضل الممارسات الإقليمية لعدة سنوات. يتضمن هذا التقرير قسماً استراتيجياً، وقسماً للحوكمة، والبيانات المالية. كما ضمنت الشركة الامتثال للوائح المحلية.

يتمثل التحدي الذي تواجهه موبايلى كل عام في مواصلة تقييم نفسها وفقاً لأفضل الممارسات الإقليمية والدولية، وتعزيز تقريرها السنوي باستمرار.

في عام 2020م، ركزت موبايلى على أربعة مجالات رئيسية للتحسين.

(1) تطوير شكل ومظهر جديد للتقرير المطبوع بالإضافة إلى تقرير سنوي رقمي شامل بشكل فعال، والذي تجاوز المعايير العالية المحددة في العام السابق

(2) تعزيز إفصاح الشركة عن الممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة والتأكيد على أهمية مقاييس هذه الممارسات لقيم الشركة وأهدافها الاستراتيجية

(3) تقديم سرد واضح لاستجابة موبايلى لكوفيد-19 وتزويد المستثمرين بتحليل للإجراءات المتخذة

(4) التعبير بوضوح عن حالة الاستثمار في الشركة.

الإجراء:

أنشأت موبايلى خارطة التقرير السنوي مع تحديد جدول زمني واضح في نهاية الربع الثالث.

بدأت موبايلى في رسم هيكل المحتوى للتقرير من خلال استخدام العروض التقديمية ربع السنوية والعروض التقديمية للمستثمرين كأدوات لتقييم أداء وتحديات العام، وتضمنت عملية التطوير والإعداد أيضاً السعي للحصول على مداخلات وتعليقات باستمرار من أصحاب المصلحة الداخليين الرئيسيين.

تقوم موبايلى بمواءمة التقرير لتلبية المتطلبات التنظيمية، والتي يمكن رؤيتها في قسم الحوكمة الشامل، وتضمن توصيل الرسائل الرئيسية بشكل جيد باللغتين الإنجليزية والعربية.

في عام 2019م، أنشأت موبايلى قسم الممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة في تقريرها السنوي. وفي عام 2020م، تم تطوير هذا القسم بشكل أكبر وإدراجه كصفحة منفصلة في التقرير السنوي الرقمي. حيث تم تحسين محتوى التقرير بشكل أكبر من خلال إضافة فصول جديدة مثل الاستجابة لكوفيد-19، وقسم حالة الاستثمار.

كما تم تحسين مقطع مرئي للتقرير السنوي لموبايلى من خلال لقطات هادفة وتسجيلات صوتية باللغتين الإنجليزية والعربية. علق الرئيس التنفيذي على الرسائل الشاملة لهذا العام، وتم عرض نقاط تعليقه البارزة من خلال وسائل الشرح والرسوم المعلوماتية الديناميكية.

النتيجة:

تميز التقرير السنوي المطبوع لعام 2020م لشركة موبايلى بتصميم محسّن، وتكامل فصوله الاستراتيجية الجديدة، وصوره الحديثة، وسرده المطور. كما تم تعزيز التقرير الرقمي بميزات تفاعلية وفيلم جديد، بالإضافة إلى إدراج فصول جديدة كذلك.

اتسمت موبايلى بالشفافية وإثراء المعلومات في تقاريرها وامتثلت للوائح المعنية ذات الصلة. وتلقت الشركة ردود فعل إيجابية من أصحاب المصلحة الرئيسيين. وتم الاعتراف بجهودها في حفل توزيع جوائز جمعية علاقات المستثمرين في الشرق الأوسط لأفضل تقرير سنوي مطبوع وأفضل تقرير سنوي رقمي، وحصلت موبايلى على المركز الأول في كلتا الفئتين.

تلقت الشركة ردود فعل إيجابية من مجلس الإدارة، ومن الشركات الأخرى في المنطقة، التي تنظر إلى التقرير السنوي لموبايلى باعتباره مثالاً لأفضل الممارسات الإقليمية.

الجمعية العمومية السنوية

تعتبر الجمعية العمومية السنوية حدثاً مهماً في التقويم حيث يمكن لأصحاب الشركة والمساهمين استغلال المناسبة لمسائلة أعضاء المجلس وإدارة الشركة. حيث يصوت المساهمون على قرارات مجلس الإدارة مثل الموافقة على البيانات المالية المدققة، و توزيعات الأرباح، وتعيين أعضاء مجلس الإدارة والمدققين الخارجيين، ومسائل أخرى مثل زيادة رأس المال. وتستفيد الشركات أيضاً من اجتماعات الجمعية العمومية السنوية لتقديم تحديثات عن أدائها.

وجدير بالذكر أنه هناك اتجاه عالمي نحو تقديم الجمعية العمومية السنوية من خلال بث عبر الإنترنت (ويب كاست)، مع إجراء تصويت عبر الإنترنت للمساهمين الذين لا يحضرون الاجتماع فعلياً. يتم تسهيل الجوانب العملية لتنظيم وتسجيل الأصوات بدقة من خلال خدمة "تداولاتي" التابعة لشركة "إيداع" والتي تقدم للشركات المدرجة خدمة إدارة اجتماعات الجمعية العمومية التي يمكن من خلالها التحقق من هوية المساهمين وتسجيل الأصوات بما في ذلك التصويت الإلكتروني.

ويجب الإعلان مسبقاً عن إخطار الاجتماع السنوي للجمعية العمومية بالإضافة إلى القرارات التي سيتم التصويت عليها كإفصاح تنظيمي، كما يجب الإعلان عن نتائج الاجتماع بعد الحدث. في حين أن العديد من الاجتماعات السنوية للجمعية العمومية تطرح مسائل مباشرة وواضحة، فإن المساهمين لديهم الفرصة لاستخدامها لانتقاد استراتيجية الشركة وأدائها وطرح الأسئلة. تعقد الشركات في بعض الأحيان اجتماعات أخرى للجمعية العمومية خلال العام لتمكين التصويت على المسائل المهمة.

العروض التقديمية والأحداث الأخرى

بالإضافة إلى العروض التقديمية المنتظمة لنتائج الأرباح والاجتماعات السنوية للجمعية العمومية، فمن المرجح أن تنظم الشركات التي لديها أجندة أعمال نشطة فعاليات أخرى للمستثمرين خلال العام. يمكن أن تشمل هذه الفعاليات:

- الحملات الترويجية بدون صفقات
- مؤتمرات الوسطاء
- أيام المستثمرين/الزيارات الميدانية للمواقع
- العروض التقديمية الاستراتيجية

قد يختلف محتوى العروض التقديمية المصممة للحملات الترويجية بدون صفقات حسب المناسبة. إذا أجريت خارج دورة العروض التقديمية لنتائج الأرباح. فقد تهدف إلى تقديم مقدمة عامة عن الشركة للمستثمرين المحتملين، بينما ستركز العروض التقديمية الأخرى أكثر على البيانات المالية التفصيلية. في بعض الأوقات، يتم تقديم عروض خاصة لعملاء وسطاء معينين.

وتعقد بعض الشركات أياماً للمستثمرين، وهي عبارة عن أحداث ليوم كامل يغطي فيها مديرو الأقسام التشغيلية غالباً الأداء والتوقعات لمجالات العمل المختلفة بمزيد من التفصيل عن المعتاد. وغالباً تُعقد أيام المستثمرين في المقر الرئيسي للشركة أو في منشأة رئيسية أخرى مثل أحد المصانع. تُعرف مثل هذه الأحداث بالزيارات الميدانية للمواقع. إن اتساع نطاق المعلومات المقدمة وتعزيز الحضور الفعلي للشركة بالإضافة إلى التواجد في منشآت الشركة من قبل المستثمرين والمحللين، فهذا يزيد من شعبية الشركة لديهم.

كما يمكن أن تركز العروض التقديمية الأخرى بشكل أساسي على استراتيجية كاملة، وغالباً ما تكون لصالح المحللين والمستثمرين الرئيسيين.

تعتبر فعاليات المستثمرين منصة مثالية لضم مستثمرين محتملين جدد إلى الشركة بالإضافة إلى تعزيز العلاقات مع المستثمرين الحاليين، حيث يمكن أن يكون الوضع مريحاً نسبياً لأن التركيز لا ينصب على الإعلان عن الأرباح أو أية معاملة معينة. ويمكن للشركة التشاور مع وسيط الشركة أو مستشار البنك الاستثماري لتحديد فئة المستثمرين الذين تعزز دعوتهم، حيث يجب أن يكون لديها قاعدة بيانات مفيدة عن المستثمرين الذين قد يكونون مهتمين بالاستثمار في الشركة بعد جلسة شاملة "للتعرف على الشركة".

يمكن أن يختلف تنسيق هذه الأحداث بشكل كبير اعتماداً على ما هو أكثر ملاءمة، بدءاً من سلسلة اجتماعات فردية مع الكيانات الأكثر أهمية إلى اجتماعات جماعية. وفي حين أن العديد من هذه الاجتماعات من المحتمل أن تكون افتراضية، فمن المستحسن ألا تحل محل الاجتماعات الفعلية تماماً. إذ يظل التواصل وجهاً لوجه وسيلة فعالة لبناء العلاقات، لا سيما في المراحل المبكرة.

تقويم علاقات المستثمرين الإرشادي

يناير

- تطوير المواد الإعلامية: الموقع الإلكتروني، العرض التقديمي للمستثمرين، وثيقة الأسئلة والأجوبة المتداولة، وثيقة المعلومات
- المقارنة مع مجموعة الشركات المماثلة
- تحديد المساهمين وتحليلهم
- استهداف المستثمرين لعمل حملة ترويجية بعد النتائج المالية السنوية
- التواصل مع المستثمرين المستهدفين
- إشعار إعلان النتائج
- تدريب الإدارة على العروض التقديمية

فبراير

- تحليل توقعات النتائج من قبل المحللين
- إعلان النتائج المالية السنوية
- عروض تقديمية حول النتائج للمستثمرين والمحللين/البث عبر الإنترنت
- اجتماعات الحملة الترويجية
- القيام ببحث عن آراء وتصورات ما بعد العرض التقديمي للنتائج السنوية
- المزيد من التجهيز للتقرير السنوي

مارس

- مؤتمر الوسطاء
- تحديث العرض التقديمي، ووثيقة الأسئلة والأجوبة، ونشرة المعلومات
- تحديد المساهمين
- إصدار التقرير السنوي المطبوع
- توزيع التقرير السنوي على المحللين والمستثمرين

إبريل

- إصدار التقرير السنوي الرقمي
- إشعار بإعلان نتائج الربع الأول

مايو

- تحليل توقعات النتائج من قبل المحللين
- إعلان النتائج المالية للربع الأول
- عروض تقديمية حول النتائج للمستثمرين والمحللين/البث عبر الإنترنت
- الاجتماع السنوي للجمعية العمومية

يونيو

- يوم المستثمر: زيارة الموقع والمناقشات المتعمقة

- المقارنة مع مجموعة الشركات المماثلة
- الاستطلاع السنوي لآراء وتصورات المستثمرين والمحللين

يوليو

- استهداف المستثمرين لعمل حملة ترويجية بعد النتائج المالية النصف السنوية
- رصد أهداف المستثمرين
- إشعار إعلان النتائج
- تحديث تطوير المواد الإعلامية: الموقع الإلكتروني، العرض التقديمي للمستثمرين، وثيقة الأسئلة والأجوبة المتداولة، وثيقة المعلومات

أغسطس

- تحليل توقعات النتائج من قبل المحللين
- إعلان النتائج المالية للربع الثاني
- عروض تقديمية حول النتائج للمستثمرين والمحللين/البث عبر الإنترنت (الويب كاست)
- اجتماعات الحملة الترويجية

سبتمبر

- مؤتمر الوسطاء
- العرض التقديمي لاستراتيجية الشركة للمستثمرين الرئيسيين
- حملة ترويجية للمستثمرين الأجانب المحتملين الجدد

أكتوبر

- تحديد المساهمين وتحليلهم
- إشعار بإعلان نتائج الربع الثالث
- التدريب السنوي للمديرين التنفيذيين على الامتثال للإفصاحات وقواعد المطلعين على المعلومات الداخلية
- بدء التخطيط للتقرير السنوي وجمع المعلومات

نوفمبر

- تحليل توقعات النتائج من قبل المحللين
- إعلان النتائج المالية للربع الثالث
- عروض تقديمية حول النتائج للمستثمرين والمحللين/البث عبر الإنترنت (الويب كاست)
- البدء في صياغة التقرير السنوي

ديسمبر

- تطوير قواعد البيانات
- مزيد من العمل على التقرير السنوي
- استطلاع آراء وتصورات الشركة الداخلية لوظيفة علاقات المستثمرين
- المراجعة السنوية لآراء استشارات علاقات المستثمرين

دراسة الآراء والتوقعات

يجب على قسم علاقات المستثمرين أن يقوم بإجراء بحث رسمي عن التصورات والآراء بين المستثمرين والمحللين على الأقل مرة واحدة في السنة، وذلك من أجل معرفة المزيد حول كيفية تصورهم للشركة، وتصورهم حول نقاط قوتها وضعفها ومكانتها في السوق. ويجب إجراء الدراسة من قبل طرف ثالث دون الكشف عن هويته. مما يشجع المستثمرين على التحلي بالشفافية والكشف عن آراء قد لا يقولونها للشركة بشكل مباشر. وعادة ما تغطي الأسئلة:

ويمكن استخدام هذه المعلومات من أجل:

- معرفة سبب تواصل شركتك مع مستثمرين معينين دون غيرهم، مما قد يؤدي إلى إجراء تغييرات في استراتيجية التواصل أو حتى استراتيجية الأعمال
- المراقبة عن كثب من يقوم بشراء أسهمك وبيعها، حتى تتمكن من التواصل معهم لفهم المزيد عن تصورهم لأداء الشركة واستراتيجيتها وحوكمتها وشفافيتها، ومنحهم المعلومات ذات الصلة التي تم الإفصاح عنها علناً
- التعرف على أنماط البيع أو البيع على المكشوف، هو ما يمكن أن يحذرك من فقدان الثقة في شركتك
- معرفة ما إذا كان شخص ما يقوم ببناء حصة كبيرة، وهو ما يمكن أن يكون مقدمة لسعيه للتأثير على سياسة الشركة أو حتى محاولة السيطرة عليها
- فهم من هم المستفيدون من الأسهم وليس فقط الملاك القانونيون للأسهم. يساعد النظام في توضيح هذه المشكلة التي تشكل مصدر قلق كبير في العديد من الأسواق، كما هو موضح في دليل مكافحة غسل الأموال وتمويل الإرهاب الصادر عن البنك المركزي السعودي⁷.

مع تزايد جاذبية الشركات السعودية للمستثمرين الإقليميين والدوليين، أصبح هذا النوع من التحليل أكثر أهمية من أي وقت مضى. حيث يمكن أن تشمل خدمات السجل أيضاً الضرورات العملية مثل إحصاء عدد الأصوات في الجمعيات العامة، وتمكين مدفوعات توزيعات الأرباح، وضمان إمكانية إعداد تقارير بالتغييرات في ملكية الأسهم الكبيرة على النحو الواجب إلى الأسواق المالية. ويقوم عدد من الشركات الدولية بأعمال إعداد سجلات المساهمين، ومن ثم يجب على علاقات المستثمرين عند اختيار شركة من هذه أن تضمن أن الشركة المعنية لديها القدرة والمعرفة الكافية في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.

ولتحديد المستثمرين الجدد المحتملين، يمكن للشركة أيضاً مقارنة سجل أسهمها مقارنةً بمجموعة نظرائها في القطاع، أو الشركات الأخرى في جميع أنحاء السوق السعودية.

⁷ البنك المركزي السعودي. <https://www.sama.gov.sa/ar-sa/Rules-Instructions/DocLib/دليل%20مكافحة%20غسل%20الأموال%20%20تمويل%20الإرهاب.pdf>

- استراتيجية الشركة ونموذج الأعمال
- البيانات المالية وسعر السهم
- ازدهار السوق التي تعمل فيها الشركة
- مقارنة مع المنافسين
- جودة مشاركة علاقات المستثمرين بالشركة
- مبادرات الممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة
- نقاط القوة والضعف الملحوظة للشركة

قد يكون من ضمن المشاركين مجموعة من كبار المستثمرين الذين تسعى إدارة علاقات المستثمرين بشكل خاص إلى الحصول على آرائهم، بالإضافة إلى 15 مديراً إقليمياً ودولياً للصناديق ممن يمتلكون حصصاً أصغر في الشركة، و15 آخرون لا يمتلكون حصصاً، وذلك للحصول على مجموعة متنوعة وجيدة من الآراء. كما يمكن أيضاً الاستعانة ببعض المحللين الإضافيين.

يتم إجراء استطلاعات الآراء عادةً عن طريق الهاتف أو البريد الإلكتروني أو موقع إلكتروني مخصص لهذا الغرض. ويجب أن تكون الأسئلة مزيجاً من الأسئلة الكمية ("على مقياس من 1 إلى 10، هل تثق في فريق إدارة الشركة؟") والأسئلة ذات الإجابات المفتوحة ("ما رأيك في استراتيجية الشركة المتمثلة في عرض خدماتها بأسعار أقل من منافسيها؟").

غالباً ما يؤدي استطلاع آراء وتصورات المستثمرين إلى إحداث تغييرات في استراتيجية علاقات المستثمرين الخاصة بالشركة. على سبيل المثال، إذا أظهر الاستطلاع أنه يُنظر إلى الإدارة على أنها لا يمكن الوصول إليها، فقد تنظم علاقات المستثمرين المزيد من الاجتماعات الفردية.

تحليل سجل الأسهم

من المتطلبات الأساسية لعلاقات المستثمرين الاحتفاظ بسجل محدث للأسهم، والذي يخبر الشركة بدوره من هم مستثمروها في أي وقت محدد، مع إعطاء لمحة عن الملكية الصحيحة لكل مستثمر من المؤسسات ومن الأفراد.

واستراتيجية عمل الشركة بالإضافة إلى أنها توفر معلومات حول البيانات المالية للشركة. ويجب أن تشارك علاقات المستثمرين في كل من صياغة المراسلات والمحتوى للتأكد من أن الأجزاء الرئيسية من النص المطول مكتوبة بشكل مقنع وجذاب.

صفحة الطرح العام الأولي

عادة ما تكون موجزة ومباشرة، وتعرض بيانات الأسهم وتقديم جدولاً زمنياً للأحداث المؤدية إلى الإدراج والذي يحدث غالباً بعد بضعة أسابيع. تشرح الصفحة أيضاً كيفية الاكتتاب في الأسهم، وتوفر رابطاً إلى نشرة الإصدار، وتعطي تفاصيل حول عدد الأسهم التي سيتم طرحها للجمهور والنسبة المئوية من رأس مال الشركة التي يمثلها هذا العدد.

عندئذ، تصدر الشركة سلسلة من الإعلانات تؤدي إلى الإدراج مع تقديم معلومات حول:

- فترة بناء سجل الأوامر والاكتتاب للمؤسسات
 - النطاق السعري للسهم
 - فترة الاكتتاب (إن وجدت) للأفراد
 - تخصيص الأسهم بما في ذلك تغطية الاكتتاب والسعر النهائي
 - التاريخ المتوقع للإدراج
- يتم إصدار هذه الإعلانات بأسلوب واقعي ومباشر بما يتماشى مع المتطلبات التنظيمية.

العرض التقديمي لحملة الترويجية

تعد العروض التقديمية للحملات الترويجية للمستثمرين من المؤسسات خلال هذه الفترة هي مفتاح نجاح الطرح العام. ويجب أن تطرح هذه العروض جميع جوانب حالة الاستثمار، وأن يتم التدرب عليها بشكل شامل، كما يجب توقع جميع أنواع الأسئلة. وينبغي أن يتسم الأسلوب بطابع مهني وودّي، فقد يكون هذا هو اللقاء الأول بين المديرين التنفيذيين بالشركة والمستثمرين ويلزم على المديرين إظهار أنهم يسعون إلى بناء علاقات طويلة الأمد.

جمهور الطرح العام الأولي

بالإضافة إلى تلبية توقعات المستثمرين، يجب على الشركة أن تتذكر أن الجماهير الأخرى تراقب عن كثب الطرح العام الأولي. ويشمل الجمهور العملاء، وشركاء الأعمال، وموظفي الشركة. وينبغي أن تأخذ اتصالات الشركة ذلك في الاعتبار، خاصة قبل الإدراج وبعده مباشرة، حينها يجب ترتيب مقابلات إعلامية واسعة النطاق تركز على نقاط القوة في أعمال الشركة، والنجاح في السوق، والخطط المدروسة للمستقبل.

وإذا كان للمستثمر أسهم في شركات أخرى مماثلة، غير الشركة التي توجد بها إدارة علاقات المستثمرين المعنية، يمكن في هذه الحالة لعلاقات المستثمرين التواصل مع هؤلاء المستثمرين لاقتراح اجتماع تُعرض فيه بيانات أسهم الشركة ورحلتها وتسهيل الوصول إلى هؤلاء المستثمرين. ويمكن لعلاقات المستثمرين أيضاً مقارنة استراتيجيتها مع تلك الخاصة بالشركات المماثلة وتكوين رؤى متعمقة حول كيفية تعزيز رسائلها الخاصة.

3.4

علاقات المستثمرين للطروحات العامة الأولية والثانوية

طرح عام أولي

يشكل الطرح العام الأولي للشركة أحد أهم الأحداث التي تقوم الشركة بإدارتها بالتعاون الوثيق والمباشر مع إدارة علاقات المستثمرين. ونظراً إلى أن الشركة بحكم طبيعتها غير مدرجة قبل إجراء الطرح العام، فمن المحتمل أن تكون وظيفة إدارة علاقات المستثمرين في تلك المرحلة ثانوية ولا تتطلب الكثير من الخبرة.

لذلك من المهم لأي شركة تخطط للطرح العام أن توظف أصحاب الخبرة في مجال علاقات المستثمرين قبل عدة أشهر من توقع حدوث الطرح العام، بحيث يمكن الاستعداد له بشكل مناسب. ويوصى أيضاً بتوظيف خدمات استشارية لعلاقات المستثمرين من الدرجة الأولى والتي يمكنها العمل مع الفريق الداخلي في كل خطوة بما في ذلك صياغة الرسائل والمواد والتعامل مع وسائل الإعلام. وتعمل علاقات المستثمرين أيضاً بشكل وثيق مع مستشار مالي أو أكثر، مثل البنوك الاستثمارية التي تساعد الشركة في إدارة عملية الطرح العام.

يجب أن يبدأ استعداد علاقات المستثمرين للطرح العام قبل أن تتلقى الشركة الموافقات التنظيمية اللازمة من هيئة السوق المالية ومجموعة تداول السعودية. كما يجب إجراء العديد من جولات المحادثات مع الإدارة العليا والمستشارين لتقرير كيفية سرد بيانات أسهم الشركة وقصتها بالإضافة إلى سجلها المالي وتوقعاتها. ويمكن إجراء عمليات استطلاع أولية لآراء المستثمرين أيضاً قبل الإعلان عن أي طرح عام.

ينظر المستثمرون بعناية إلى مصدرين مهمين للمعلومات بمجرد إعلان الشركة عن نيتها للطرح والإدراج:

نشرة الإصدار

على الرغم من أن أغلب هذه الوثيقة تكون مفصلة وفنية بشكل مكثف، إلا أنها تحدد أيضاً الحالة العامة للاستثمار

يجب أيضاً صياغة رسائل مصممة لمواقع التواصل الاجتماعي، خاصةً للشركات التي لديها قاعدة من المستهلكين الشباب الذين قد يقضون وقتاً أطول على هذه المواقع مقارنة مع قراءة المواد الإعلامية السائدة.

يمكن لفرق علاقات المستثمرين الرجوع إلى [دليل الإدراج](#) الصادر عن تداول السعودية للحصول على مراجعة تفصيلية لعلاقات المستثمرين للطروحات العامة الأولية.

مبادرات أخرى لزيادة رأس المال

بمجرد إدراج الشركة، فإن ذلك قد يتيح لها زيادة رأس مالها. وغالباً ما يحدث هذا في شكل إصدار حقوق، حيث تمنح الشركة المساهمين الحاليين الحق في شراء أسهم جديدة، دون إلزامهم بذلك. غالباً ما يتم ذلك من خلال نشرة الإصدار، وبالنسبة لعلاقات المستثمرين، يمكن أن تكون العملية مماثلة للطرح العام، على الرغم من أنها عادة ما تكون ذات أهمية أقل. ومن المسائل المتعلقة بالسمعة التي يجب العلم بها، هي أن مسألة الحقوق قد تشكل ضغطاً على سعر السهم، نظراً لأن قيمة الشركة تظل كما هي، في حين يزداد عدد الأسهم. ويلزم شرح هذا الأمر بعناية لبعض المستثمرين ووسائل الإعلام.

قد تقوم الشركة أيضاً بزيادة رأس مالها من خلال متابعة الطرح العام، حيث تقدم أسهماً للجمهور بأكمله، وليس للمساهمين الحاليين فقط. وتعمل الشركات في المملكة على زيادة رأس مالها بشكل متزايد من خلال إصدار الصكوك، والتي يلزم أيضاً شرحها وتسويقها للمستثمرين، من خلال العروض التقديمية والحملات الترويجية. ولا بد أيضاً من الإعلان عن إصدار الصكوك من خلال إفصاح تنظيمي وبيان صحفي بطريقة مماثلة للطرح العام.

نبذة:

طورت شركة ذيب إدارة علاقات مستثمرين، يمكن الاتصال بها عبر الهاتف أو البريد الإلكتروني أو زيارتها شخصياً في المقر الرئيسي لخدمة المستثمرين بشكل مباشر.

بالإضافة إلى ذلك، أدرجت الشركة صفحة مرتبطة بمنصة تداول السعودية للسماح بالوصول المباشر إلى المعلومات ذات الصلة.

التحدي:

كان طرح شركة ذيب، وهي شركة عائلية، للطرح العام خطوة لدعم نمو الشركة، ووضع هيكل لمواصلة بناء أعمال مستدامة ومرنة.

فمن خلال طرحها للاكتتاب، كانت شركة ذيب تتطلع إلى معالجة بعض التحديات التي تواجه العمل. أولاً، صعوبة جذب أفضل المواهب كشركة عائلية. ثانياً، الحاجة إلى أتمتة التقارير المالية ومراقبة المركبات. ثالثاً، التأكد من الالتزام بمتطلبات الإدراج قبل حدوثه.

تمت عملية الإدراج بينما كانت بعض قيود كوفيد-19 لا تزال سارية، مما أضاف تحدياً جديداً يتمثل في ترتيب لقاء المستثمرين أثناء إدارة أعباء العمل اليومية.

الإجراء:

تضمنت استراتيجية الطرح العام الأولي لشركة ذيب ضمان الإفصاح الكامل والشفافية مع المستثمرين وتشكيل فريق للطرح العام، مستقل عن الإدارات الأخرى لضمان استمرار العمل بكفاءة.

وللتفاعل مع المستثمرين قبل وأثناء الطرح العام، استعانت الشركة بمستشارين لتنويع قاعدة المستثمرين.

كما عقدت شركة ذيب اجتماعات شخصية، وفقاً للوائح السلامة المتعلقة بكوفيد-19، لضمان الشفافية وتعزيز مبادئ الثقة والولاء.

بالنسبة للشركات التي تتطلع إلى الإدراج، تمت التوصية بإعطاء الأولوية للحكومة القوية للشركة، وتجنب تأجيل عملية الإدراج والالتزام بجدول زمني، والاستفادة من تسهيل إجراءات هيئة السوق المالية وتداول السعودية.

النتيجة:

أدت جهود الشركة إلى زيادة مصداقية وثقة المستثمرين، ورفعت مكانة الشركة بين أصحاب المصلحة، مما أدى بدوره إلى زيادة وحدات الإيجار السنوية من قطاع الأعمال. ومنذ الإدراج، شهدت ذيب أيضاً زيادة في ولاء الموظفين والعملاء، مع رؤية واضحة للمستقبل.

ويمكن قياس نجاح الطرح العام الأولي من خلال مقاييس مختلفة. وبالنسبة لشركة ذيب، كانت نتيجة الإدراج هي تحسين الاحتفاظ بالموظفين، بجانب تحسين بيئة العمل والتقارير الداخلية والخارجية، وأخيراً استدامة نمو الإيرادات والأرباح.

كما أوضح قرار الإدراج الشفافية للسوق، مما شجع المنافسين على اتخاذ خطوة مماثلة وزاد من حجم المنافسة.

دراسة حالة - شركة التنمية الغذائية

لقد نجح دور إدارة علاقات المستثمرين الجديدة في شركة التنمية الغذائية في سرد بيانات أسهم الطرح العام الأولي وعرض قصتها



نبذة:

شركة التنمية الغذائية هي رابع أكبر شركة سعودية منتجة للدواجن، وثاني أكبر شركة في سوق الدواجن الطازجة حيث تعمل على توسيع حصتها في السوق. ومن المتوقع أن تزيد النفقات الرأسمالية المخطط لها في السنوات الخمس المقبلة من قدرات طحن الأعلاف ومعالجتها، مما يمكّن الشركة من اقتناص فرص نمو جديدة وناشئة.

الإجراء:

استفادت الشركة من مساعدة كبار المديرين التنفيذيين لوضع وتنفيذ استراتيجية الطرح العام الأولي للشركة واستعانت بمستشارين خارجيين في علاقات المستثمرين على أعلى مستوى من الكفاءة. وأعدوا معاً حالة استثمار مقنعة ومفصلة يتم إعلانها من خلال العروض التقديمية ووسائل الإعلام والموقع الإلكتروني للشركة ومواد أخرى.

التحدي:

غالباً ما تتم عمليات الطرح العام الأولي خلال جدول زمني صارم ولم تكن شركة التنمية الغذائية استثناءً لذلك. حيث أنشأت الشركة إدارة علاقات مستثمرين ذو خبرة عالية من البداية وبدأت بتفعيل الموقع الإلكتروني للطرح العام الأولي. وبعد بضعة أسابيع، شاركت شركة التنمية الغذائية مع المستثمرين في حملة ترويجية للطرح العام الأولي، ثم أدارت إعلانات الأرباح بعد الإدراج. كان ثمة تحدٍ يتمثل في توضيح إمكانات شركة ليست الأكبر في قطاعها، ولكنها تتمتع بأحد أقوى سجلات الإنجازات إلى جانب استراتيجية للتوسع السريع. كما كانت معالجة القضايا المتعلقة بجائحة كوفيد-19، والتي أثرت بشكل خاص على قطاع الأغذية حيث كانت هذه القضية أحد أهم أولويات الشركة.

النتيجة:

تجاوز المساهمون من المؤسسات حد الاكتتاب في طرح شركة التنمية الغذائية بأكثر من 94 مرة. وتم تحديد سعر السهم عند الحد الأعلى للنطاق بـ 67 ريالاً سعودياً، وتم بيع 30% من رأس المال كما هو مقرر بمبلغ 402 مليون ريال سعودي.

استمر تأثير نجاح حملة التواصل بعد الإدراج، حيث ارتفع سعر السهم بسرعة ليقرب مما تعتبره الشركة قيمة عادلة. وقد سلطت وسائل الإعلام الضوء على مكانة الشركة القوية في السوق وإمكانية تحقيق المزيد من النمو. حظيت الشركة بإقبال واسع من قبل الصحفيين لإجراء المقابلات، خاصة بعد إعلان الشركة عن نتائج النصف الأول من العام مع الرسائل التي تركز بشكل فعال على النتائج الإيجابية التي تم تحقيقها.

نبذة:

أنشأت شركة أسمنت الرياض قسم علاقات المستثمرين تحت إدارة الشؤون المالية قبل إجراء الطرح العام الأولي للشركة. وكان الهدف من وظيفة علاقات المستثمرين يتمثل في دعم حوكمة الشركة وإجراء عمليات التدقيق المالي الداخلي والبدء في التواصل مع المستثمرين.

التحدي:

شهد فريق علاقات المستثمرين في شركة أسمنت الرياض، منذ إدراجها، طلباً متزايداً من المستثمرين الذين يسعون إلى الحصول على إفصاحات مفصلة من الشركة. وتشمل التحديات الرئيسية ما يلي:

- تلبية طلبات المستثمرين للإفصاحات غير المالية بما في ذلك المعلومات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية والإنتاج الأخضر وحماية الموظفين والمسؤولية الاجتماعية للشركة وحوكمة الشركة
- إدارة تفاعلات المستثمرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي. فمع إتاحة القنوات الرقمية للجميع، يمكن للمساهمين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتقديم شكوى أو نقد أو مراقبة حوكمة الشركة، الأمر الذي يتطلب مشاركة فريق علاقات المستثمرين لضمان معالجة الاستفسارات على الفور

الإجراء:

يستخدم فريق علاقات المستثمرين في شركة أسمنت الرياض عدداً من مؤشرات الأداء الرئيسية لتقييم التقدم المحرز مقابل أهدافها الاستراتيجية، بما في ذلك التدابير المالية وغير المالية. وقد تم تصميم برنامج علاقات مستثمرين للقيام بعدد من المهام، منها:

- تحديد الفريق المناسب لقسم علاقات المستثمرين
- تحديد سياسات وإجراءات الوظيفة
- تطوير الموقع الإلكتروني للشركة
- الحفاظ على الإفصاح الاستباقي والشفافية مع المستثمرين

تنفذ وظيفة علاقات المستثمرين استراتيجيتها من خلال الجمع بين التمويل والتواصل للتحكم الفعال في تدفق المعلومات بين الشركة ومستثمريها.

النتيجة:

تشمل النتائج التي تحققت ما يلي:

- الحفاظ على قاعدة ولاء المساهمين
- تعزيز قيمة المساهمين على المدى الطويل
- بناء مصداقية طويلة الأمد مع مجتمع المستثمرين



نبذة:

وأثناء عملية الطرح العام، شكّل فريق علاقات المستثمرين مع تعيين مدير مسؤول عن الفريق في المجموعة. وطبق الفريق استراتيجية علاقات مستثمرين بعد الإدراج تحتوي على أهداف طموحة لإمكانية وصول المستثمرين إلى الشركة والإدارة. وأعد دليل علاقات المستثمرين إلى جانب الطرح العام الأولي للشركة وصفحة الويب الخاصة بعلاقات المستثمرين.

بالإضافة إلى ذلك، لضمان مستويات عالية من الإفصاح والشفافية، أطلق فريق علاقات المستثمرين بالمجموعة دراسة تصور الأسواق المالية المستقلة ("تقرير تصور علاقات المستثمرين") أعدته شركة استشارات خارجية لفهم وجهات نظر مجتمع الاستثمار وإيجاد مجالات لتحسين استراتيجية الأعمال والتواصل مع المستثمرين.

النتيجة:

اكتملت عملية الاكتتاب العام بنجاح ملحوظ، مما يدل على ثقة المستثمرين في الاقتصاد السعودي وقطاع الرعاية الصحية بشكل عام، وفي مجموعة مستشفيات د. سليمان الحبيب الطبية. وتم الاكتتاب بالكامل في 52.5 مليون سهم بقيمة 2.6 مليار ريال سعودي بسعر 50 ريال سعودي للسهم. ويمثل سعر الاكتتاب العام الحد الأعلى للنطاق السعري الذي استخدم خلال فترة بناء تسجيل المكتتبين المحتملين (43 ريال سعودي - 50 ريال سعودي).

بعد الطرح العام، شاركت المجموعة في العديد من مؤتمرات المستثمرين الافتراضية التي حضرها أكثر من 300 مستثمر، وقضت أكثر من 60 ساعة مع مجتمع المستثمرين لمناقشة استراتيجية المجموعة، وأدائها المالي والتشغيلي، وتوقعات نموها. بالإضافة إلى ذلك، فقد شارك فريق علاقات المستثمرين المدعوم من إدارة المجموعة في أكثر من 340 اجتماعاً افتراضياً فريدياً أتاح له التواصل مع كل من المستثمرين والمصدرين في جميع أنحاء العالم.

وإلى جانب تفاعلها المستمر مع المساهمين وأصحاب المصلحة، احتفلت علاقات المستثمرين بإنجازين مهمين خلال عام 2020م، بما في ذلك إدراج المجموعة في مؤشر MSCI العالمي القياسي ومؤشر FTSE للأسواق الناشئة - وهو دليل على نجاح المجموعة في إنشاء أفضل وظيفة علاقات مستثمرين في فئتها وتقديم قصة وبيانات استثمار مقنعة وجذابة.

وثمة إنجاز آخر ألا وهو أن علاقات المستثمرين، في غضون تسعة أشهر فقط من تأسيسها، حازت على تقدير جمعية علاقات المستثمرين في الشرق الأوسط باعتبارها أفضل ممارسات علاقات المستثمرين الرقمية في فئتها، ونجاحها في إعداد التقرير السنوي للمجموعة لعام 2019م، الذي يُعد مصدر فخر كبيراً باعتبار المجموعة شركة مدرجة حديثة.

مجموعة مستشفيات د. سليمان الحبيب الطبية هي مقدم رعاية صحية متكاملة بالقطاع الخاص وتتمتع بخبرة تفوق 25 عاماً في تطوير وتشغيل مرافق الرعاية الصحية والصيدليات والخدمات المرتبطة بها في المملكة ودول مجلس التعاون الخليجي. حيث تشمل المحفظة الاستثمارية للمجموعة 7 مستشفيات في المملكة والإمارات العربية المتحدة، وأكثر من 1,900 سرير وأكثر من 1,370 عيادة، ومركز طبي واحد للرعاية الأولية، وإدارة مركز طبي واحد في البحرين.

التحدي:

في مارس 2019م، بدأت المجموعة في تعيين مستشارين ماليين للطرح العام للشركة. وافقت هيئة السوق المالية على الطرح في سبتمبر 2019م، وبعد ذلك بدأ التخطيط للطرح العام الأولي.

وتطلب ظهور جائحة كوفيد-19 والقيود المفروضة على السفر وتقلبات السوق والمشهد الرقمي المتطور استجابة سريعة للوفاء بالمواعيد النهائية المتغيرة وضمان نجاح الطرح العام.

الإجراء:

لضمان نجاح الإدراج، ركزت المجموعة على ثلاث استراتيجيات رئيسية. (1) المشاركة الاستباقية والمبكرة للمستثمرين (2) البحث المستقل الآمن (3) إنشاء قسم علاقات المستثمرين بالمجموعة بما يتماشى مع أفضل الممارسات في السوق.

حيث أجرت إدارة المجموعة جولات مكثفة في وقت مبكر لإشراك المستثمرين على الصعيدين الإقليمي والعالمي، واستطاعت الوصول إلى أكثر من 1,200 مستثمر وعقدت أكثر من 200 اجتماع مع المستثمرين من المؤسسات ومديري الصناديق.

بالإضافة إلى ذلك، فقد تم اتباع نهج استباقي للتحدث إلى العديد من المؤسسات المتخصصة لبدء تقارير بحثية بشأن الطرح العام الأولي ومساعدة المستثمرين في تحليل الفرص والوصول إلى مجموعة أوسع من المستثمرين المحليين والإقليميين والدوليين كذلك. ونتيجة لذلك، بدأ فريقان بحثيان (المجموعة المالية هيرميس والرياض المالية) تغطية مرحلة ما قبل الطرح العام الأولي للمجموعة لمساعدتها على تأسيس رؤية مستقلة وموضوعية للطرح العام قبل تنفيذه. وقد وزعت هذه التقارير البحثية على أكثر من 6,500 عميل.

وطبقت المجموعة أفضل ممارسات حوكمة الشركات في فئتها مع مجلس الإدارة واللجان المفعلة بالكامل. إذ طورت المجموعة سياساتها بما يتماشى مع الأحكام والمواد الإلزامية بلائحة حوكمة الشركات الصادرة عن هيئة السوق المالية.

3.5

الموقع الإلكتروني لعلاقات المستثمرين

الحوكمة

- مجلس الإدارة مع بياناتهم الشخصية
- الإدارة العليا مع بياناتهم الشخصية
- أخلاقيات العمل وقواعد السلوك المهنية
- مساهمات أعضاء مجلس الإدارة في رأس مال الشركة

العمليات

- منتجات الشركة وخدماتها حسب القطاع
- سياق السوق
- خطط تطوير الأعمال
- المخاطر والتحديات

المعلومات المالية

- النتائج المالية الأحدث والأقدم
- العروض التقديمية المالية
- النسب المالية الرئيسية
- التقرير السنوي
- مركز المحللين / ملف المحللين

أخبار

- بيانات صحفية
- الإعلانات التنظيمية والرقابية
- المقالات الإعلامية التي تكتبها الشركة
- خطابات مديري الشركة التنفيذي

الاستدامة/الممارسات البيئية والاجتماعية وحوكمة الشركات

- عرض الممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة أو إطار الاستدامة
- الإجراءات المتبعة لخفض انبعاثات ثاني أكسيد الكربون واستخدام المياه والورق، وتوفير الطاقة واستخدام الطاقة المتجددة
- مقاييس رأس المال الاجتماعي والبشري

معلومات المساهمين

- المساهمون الرئيسيون
- معلومات أسعار الأسهم بما في ذلك الرسم البياني
- تاريخ توزيع الأرباح
- قائمة التحليلات
- معلومات التحليلات المتفق عليها
- مستشارو الشركة
- معلومات الاجتماع السنوي العام
- تفاصيل الاتصال بعلاقات المستثمرين بما في ذلك الهاتف المحمول

يعد الموقع الإلكتروني لعلاقات المستثمرين أهم أداة يمكن للشركة أن تتواصل من خلالها مع المستثمرين والمساهمين، وينبغي لهذا الموقع أن يوفر قاعدة بيانات شاملة للمعلومات ضمن هيكل واضح وبسيط حتى يتمكن المستثمرون وأصحاب المصلحة الآخرون من العثور بسهولة على ما يبحثون عنه، سواء كان ذلك أحدث النتائج المالية والأرباح، أو تقدم الشركة في الممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة، أو العرض التقديمي للمستثمرين. ينبغي للموقع الإلكتروني أن يصمم تصميمًا جيدًا وأن يشجع الزوار على التصفح ومعرفة المزيد عن الشركة. كما يمكن أن تساعد مقاطع الفيديو والرسوم البيانية في جعل الموقع الإلكتروني فعالًا وجذابًا.

وينبغي للموقع الإلكتروني لعلاقات المستثمرين أن يقدم رسالة قوية، سواء من حيث المحتوى أو التصميم، مفادها أن الشركة تتمتع بالشفافية، وتدرك أن المجتمع الاستثماري يهتم بها عن كثب، وتحرص على المشاركة في المناقشة.

ويجب تحديث الموقع الإلكتروني لعلاقات المستثمرين أولاً بأول حال إتاحة مواد جديدة للجمهور، مثل نتائج الأرباح أو التقرير السنوي، إذ غالباً ما يذهب المستثمرون مباشرةً إلى الموقع الإلكتروني عند إصدار إعلانات مهمة.

ويتعين كذلك عرض الأسماء وتفاصيل الاتصال بكبار أعضاء فريق علاقات المستثمرين بشكل بارز مع دعوة للتواصل لطرح الأسئلة أو تقديم الإفادات. يعد الموقع الإلكتروني الذي يعاني من قلة التحديثات والصيانة علامة سيئة وذو تأثير سلبي، إذ أنه يشير إلى عدم الالتزام بإبقاء المساهمين على اطلاع وعدم مبالاة بسمعة الشركة الأوسع مع الجمهور.

العناصر الرئيسية للموقع الإلكتروني لعلاقات المستثمرين:

نبذة عنا

- نظرة عامة عن الشركة
- الاستراتيجية
- الرؤية والرسالة والقيم
- وثيقة المعلومات

3.6

العمليات اليومية

غالباً ما تكون الشائعات في وسائل الإعلام سبباً لحركة أسعار الأسهم. وإذا سئلت الشركة عما إذا كانت شائعة ما صحيحة، فينبغي أن يكون الرد الأولي القياسي هو القول بأن سياسة الشركة هي عدم التعليق على الشائعات أو الفرضيات. يمكن للشركة بعد ذلك أن تقرر ما إذا كان ينبغي إجراء استثناء في هذه الحالة بالذات.

إذا كانت شائعة ما دقيقة إلى حد كبير وكانت المعلومات الكامنة وراءها هي معلومات داخلية، ينبغي على الشركة الكشف عن المعلومات الداخلية في أقرب وقت ممكن. ولكن، إذا كانت خاطئة إلى حد كبير، فمن غير المرجح أن ترقى إلى مستوى المعلومات الداخلية. ومع ذلك، يجب على الشركات النظر فيما إذا كانت تستدعي التصريح من أجل منع تصديق المعلومات المضللة.

من خلال العمل مع وظيفة العلاقات العامة، يُنصح بإنشاء علاقات مع أكثر الصحفيين تأثيراً وتقويتها عن طريق التواصل الدائم حتى يتمكنوا من فهم قصة الشركة ورحلتها وبياناتها المالية والبيئة التي تعمل فيها بشكل أفضل.

وسائل التواصل الاجتماعي

يمكن للشركات التي لها تواجد نشط على وسائل التواصل الاجتماعي أن توسع نطاق اتصالاتها مع الجماهير المستهدفة والمستثمرين الحاليين والمحتملين.

ويمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز هوية العلامة التجارية وزيادة الوعي بها. وكما هو الحال مع وسائل الإعلام التقليدية، كما ينبغي أيضاً مراقبة وسائل التواصل الاجتماعي عن كثب، وتطبيق اعتبارات مماثلة في تحديد كيفية التعامل مع المعلومات غير الدقيقة التي تظهر عليها. فقد يتابع المستثمرون من المؤسسات وسائل التواصل الاجتماعي بشركة ما ويلاحظون الآراء الإيجابية أو السلبية. ومن المرجح أن يعدوا التعليقات على وسائل التواصل الاجتماعي مؤشراً على سمعة الشركة وعلاقتها بعملائها، حتى عندما لا يكون للتعليقات أي علاقة بأدائها المالي.

عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لنشر الأخبار المالية، ينبغي الحرص على كتابة نص بسيط يسهل فهمه، بحيث يكون مناسباً للجمهور العام وليس المستثمرين فقط، كما يمكن وضع رابط في النهاية لتوجيه القراء إلى بيان صحفي للحصول على معلومات أكثر تفصيلاً. تُعد وسائل التواصل الاجتماعي مناسبة بشكل خاص ليقوم المديرين التنفيذيين للشركة بإيصال أبرز ما يرد في خطابات المؤتمرات وأحداث علاقات المستثمرين الأخرى، وغالباً ما يتم ذلك في وقت حصول الحدث مباشرة لإحداث تأثير إضافي. ويمكن أيضاً الترويج من خلال وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام نص جذاب يرتبط بمقال مفصل في موقع الشركة الإلكتروني.

ينبغي على فريق علاقات المستثمرين القيام ببعض المهام يومياً ليبقى مطلعاً على المستجدات ومنتبهاً لها ليتصرف بسرعة حين الحاجة. وتشمل هذه المهام ما يلي:

مراقبة أسعار الأوراق المالية

ينبغي مراقبة سعر سهم الشركة عن كثب من قبل فريق علاقات المستثمرين للشركة خلال ساعات التداول من الأحد إلى الخميس من 10:00 صباحاً إلى 3:00 مساءً (07:00 صباحاً حتى 12:00 بعد الظهر بتوقيت جرينتش). حيث ينبغي تحليل تحركات أسعار الأسهم الهامة أو المفاجئة وإبقاء الإدارة العليا على اطلاع تام.

قد يكون هناك العديد من الأسباب لذلك، بدءاً من ردة فعل السوق العادية لحدث ما أو الإفصاح عن تلاعب محتمل بالسوق. إذا بدا أن حركة سعر السهم قد تكون بسبب سوء سلوك من نوع ما في السوق، فقد ترغب الشركة في إجراء مزيد من التحقيق وإبلاغ تداول السعودية.

وسائل الإعلام

يجب أن يظل فريق علاقات المستثمرين على اطلاع دائم على تقارير وسائل الإعلام المالية حتى يكون على دراية بالأخبار التي تشكل آراء قاعدة مستثمريه وسلوكهم. كما يمكن أيضاً متابعة الطريقة التي تتفاعل بها وسائل الإعلام مع البيانات الصحفية والبيانات الأخرى للشركة، بحيث يمكن إجراء التغييرات اللازمة على الرسائل حسب الحاجة. كما يقدم العديد من الشركات خدمات متخصصة لمراقبة الأخبار الإقليمية والدولية، بما في ذلك التلفزيون والراديو. ويمكن أن تكون باللغتين الإنجليزية والعربية والعديد من اللغات الأخرى، وتتوفر هذه الخدمة للمقالات المطبوعة وعبر الإنترنت.

ويعمل فريق علاقات المستثمرين بشكل وثيق مع قسم العلاقات العامة في مراقبة مخرجات وسائل الإعلام. ويمكن أن يتساعد الفريقان معاً لضمان دقة التقارير والتعليقات حول الشركة، حيث أن وسائل الإعلام لا تتجاهل التطورات المهمة التي تنعكس جيداً على الشركة. ويمكنهما أيضاً مراقبة الانتقادات الموجهة للشركة أو مناقشة القضايا الحساسة. وعند حدوث ذلك، يمكن للشركة أن تقرر أفضل طريقة للتعامل معها. وقد لا تقوم بأي رد فعل، على أساس أنه من المحتمل أن تتلاشى المشكلة من تلقاء نفسها وأن قول أي شيء من شأنه ببساطة أن يلفت الانتباه إليها. أحياناً يكون النهج الأكثر فاعلية هو الاتصال بصحفي معين والتأكد من أن لديه فهماً كاملاً للحقائق. وفي الحالات الأكثر خطورة، قد تصدر الشركة تصريحاً عاماً لما نشر.

تنطبق القواعد والسياسات التي تحكم مهام التواصل العام للشركة أيضاً على نشاط وسائل التواصل الاجتماعي، بما في ذلك حظر الكشف عن المعلومات الداخلية أو إجراء إفصاحات غير مصرح بها. ينبغي على الموظفين النشطين بصفتهم الشخصية على وسائل التواصل الاجتماعي الحرص على عدم نشر أي شيء قد يضر بسمعة الشركة. وما لم يتم تعيينهم متحدّين رسميين، ينبغي ألا يظهرُوا وكأنهم يتحدّثون باسم شركتهم بأي شكل من الأشكال. كما ينبغي عليهم أيضاً تجنب نشر أي شيء حول أي موضوع قد يكون مثيراً للجدل، إذا كان يمكن أن يُنظر إليه على أنه يمثل رأي شركتهم. ولتجنب الشك، يمكنهم ذكر أن الآراء التي يعبرون عنها هي وجهات نظرهم الخاصة. وعلى أي موظف يتلقى طلباً للحصول على معلومات حول الشركة، أو تعليقاً عليها، إبلاغ قسم علاقات المستثمرين أو العلاقات العامة بدلاً من التعامل معها بنفسه.

التواصل المنتظم بالمستثمرين والمحللين

يعد الحفاظ على الاتصال المنتظم مع المستثمرين والمحللين وظيفة أساسية في علاقات المستثمرين، حتى في حالة عدم وجود أي إعلانات حول الأرباح أو الأمور المهمة الأخرى أو إجراء استبيانات حول التصورات. ويجب على قسم علاقات المستثمرين أن يوضح أن الأسئلة والتعليقات مرحب بها دائماً وأن يكون الوصول إلى الإدارة العليا متاح. وحتى إذا كان المستثمرون والمحللون لا يرغبون دائماً في اغتنام الفرصة، فعليهم أن يعرفوا أنها متاحة دائماً.

ينبغي على فريق علاقات المستثمرين أن يستجيب دائماً وفوراً على أي سؤال أو تعليق، حتى لو بإعلام المرسل بتلقيه قبل إرسال رد موضوعي. كما يجب أن تكون الردود دقيقة للغاية وشاملة بقدر ما تسمح به سياسة الشركة ومتطلبات السرية لديها.

يتمتع محللو جانب البيع بنفوذ في السوق ويمكن أن يكون لهم تأثير هائل على سعر سهم الشركة. وتقاريرهم يقرأها العديد من المستثمرين لأنهم يستخدمون معرفتهم وخبراتهم للتنبؤ بالإيرادات والأرباح، وتقديم توصيات حول الشراء أو البيع، وغالباً ما تتضمن هذه التقارير سعراً مستهدفاً للسهم. كما أنها توفر رؤى مفيدة حول أداء أعمال الشركة ومكانتها في السوق مقارنة بالشركات المماثلة. يتابع المستثمرون ووسائل الإعلام عن كثب بعض المحللين الذين يبنون سجلاً حافلاً بالتوقعات الناجحة. وتساعد توقعات المحللين وتوجيهاتهم الصحيحة بشكل عام على تحقيق القيمة العادلة وتدعم ثقة المستثمر في الشركة. وإذا أخطأ المحللون، فقد يشعر المستثمرون بعدم الاستقرار ويمكن أن يتبع ذلك اضطراب في سعر السهم.

لذلك يجب أن يراقب فريق علاقات المستثمرين توقعات المحللين بدقة، خاصة قبل إعلان الأرباح وبعده مباشرة، وأن يناقشها مع الكتاب حيث إذا شعر بوجود سوء فهم أو عدم دقة فعلى فريق علاقات المستثمرين التواصل معهم لتعديل

وجهات نظرهم إذا رغبوا في ذلك. كما يتعين عليهم التواصل مع المحللين بشكل فعال، وينبغي كذلك لفريق علاقات المستثمرين أن يفهم نماذجهم وطرق التقييم الخاصة بهم، والتي غالباً ما تختلف اختلافاً كبيراً من شخص لآخر. ومن اللازم التعامل مع المعارف بعناية، ويمكن مناقشة السياق والتوقعات العامة، ولكن ليس من دور الشركة محاولة التأثير على توصية المحلل بشأن شراء الأسهم من عدمه. وينبغي عدم تقديم إرشادات بشأن أي مسألة إلى محلل واحد دون إتاحتها لجميع المحللين الآخرين لأن ذلك قد ينتهك قواعد الإفصاح الانتقائي.

وإذا شعرت شركة ما أن توقعات أرباح المحللين مختلفة إلى حد كبير، في أي من الاتجاهين، فقد تصدر بياناً للسوق يقول ذلك. ويُعرف هذا أحياناً باسم التحذير بشأن الربح. إنه مثال لإدارة توقعات السوق، وهو أمر محوري تماماً بالنسبة لدور فريق علاقات المستثمرين.

المواد الإعلامية المساعدة وقواعد البيانات

يجب تحديث جميع الأدوات الإعلامية المساعدة الخاصة بعلاقات المستثمرين بشكل مستمر. ويتضمن ذلك العروض التقديمية ونص الأسئلة والأجوبة، إذ قد تظهر الحاجة إليها دون وجود وقت كافٍ لتحضيرها. ولذلك، عندما تصدر شركة إعلاناً مهماً، مثل شراء منافس، ينبغي على فريق علاقات المستثمرين تحديث هذه المستندات في أقرب وقت ممكن، حتى لو كان العرض التقديمي التالي مجدولاً بعد عدة أسابيع. وغالباً ما تحتاج الإدارة العليا لاستخدام معلومات الأسئلة والأجوبة على وجه الخصوص في اجتماعات يتم ترتيبها دون تحضير مسبق مع المستثمرين أو وسائل الإعلام أو أصحاب المصلحة الآخرين. كما ينبغي تحديث وثيقة المعلومات. حين أنه يعد الحفاظ على الموقع الإلكتروني محدثاً تحدياً خاصاً لأنه يحتوي على الكثير من المواد. ولا يمكن أن يتضمن فقط إضافة أحدث بيان صحفي، بل لا بد من إعادة كتابة النبذة العامة الحالية للأعمال التجارية لتعكس محتوى البيان الصحفي، وربما إزالة مستند من جزء آخر من الموقع لأن البيان أفقده قيمته.

وينبغي أن يحتفظ فريق علاقات المستثمرين بقاعدة بيانات للمستثمرين في نظام إدارة علاقات العملاء (CRM) وأن يحدثها باستمرار بما يتماشى مع الأبحاث المستمرة لسجل الأسهم وتحليله. بالإضافة إلى ضرورة تقسيم قاعدة البيانات إلى فئات تفيد في سير العمل. وهو ما يضمن أن إدارة علاقات المستثمرين ليست في موقف ضعيف عندما تطلب إدارة أخرى قائمة بالمستثمرين الحاليين من نوع معين، مثل صناديق المعاشات التقاعدية، أو ضمن منطقة جغرافية معينة. وينبغي أيضاً الاحتفاظ بقاعدة بيانات مماثلة للمحللين. كما يتوجب أن يكون لدى فريق علاقات المستثمرين أيضاً إمكانية الوصول إلى قاعدة بيانات العلاقات العامة الخاصة بالصحافيين لأنه قد يرغب في بناء قاعدة بيانات خاصة به لتلائم احتياجاته.

3.7

معالجة الأزمات والقضايا الحساسة

تواجه كل شركة مدرجة في السوق التواجد المستمر تحت الأضواء. وهذا بالطبع موضع ترحيب لأنه يوفر فرصاً لعرض إنجازات الشركة ونجاحها. ولكن في بعض الأحيان، قد تواجه الشركات، بما فيها الشركات ذات الإدارات الأفضل، لحظات محرجة ونكسات تحتاج إلى معالجة دقيقة من وجهة نظر مهام التواصل. وقد يكون ذلك انخفاضاً حاداً في الأرباح، أو خط إنتاج جديد تم إطلاقه وسط ضجة كبيرة لكنه فشل في إقناع المستهلكين، أو رحيل مسؤول تنفيذي كبير بشكل مفاجئ.

وفي هذه الحالات، قد تكون بعض الشركات غير متأكدة من كيفية إدارة المشكلة، فلا تتصرف في مثل هذه المواقف، ولا تقول إلا القليل أو قد تصمت تماماً، أو تصبح دفاعية وتكرر وجود أي مشكلة. وغالباً ما يكون هذا التصرف خاطئاً. فمن الأفضل الاستمرار في التواصل بحرية مع المستثمرين وأصحاب المصلحة الآخرين، ومعالجة المشكلة وعرضها بشكل صحيح حتى لا يبدووا بالاعتقاد بأنها أكثر خطورة مما هي عليه بالفعل. فالشفافية هي دائماً موضع تقدير وعادة ما تكون هذه الطريقة فعالة.

التواصل في الأزمات

في بعض الأحيان قد تظهر مشكلة أكثر خطورة تشكل تهديداً حقيقياً للشركة، أو قد تبدو كذلك. ينبغي حينها أن يكون لدى كل شركة خطة لإدارة الأزمات، معتمدة رسمياً من قبل الإدارة العليا وتتم مراجعتها بانتظام. وينبغي أن يلعب فريق التواصل دوراً مهماً فيها. ويجب أن تحدد الخطة الأفراد الرئيسيين الذين يجب عليهم التواصل مع بعضهم بعضاً في حالة حدوث أزمة كالإدارة العليا ورئيس علاقات المستثمرين، وإطلاع بعضهم بعضاً على الفور على التطورات الجارية، وتحديد الإجراء الذي يلزم اتخاذه.

ففي أوقات الأزمات، غالباً ما يكون الإجراء الأفضل للشركة هو إصدار إعلان موثوق في أسرع وقت ممكن ونشره على موقعها الإلكتروني. وإذا لزم الأمر، يمكن أن يكون بيان عن ملكية الأسهم يحتوي على القليل من المعلومات الجوهرية، إذ يمكن للشركة على سبيل المثال أن تقول إنها على دراية بحادثة أثرت على إحدى منشآتها وتحقق في سببها ومدى انقطاع العمل. ويمكن أن يضيف الإعلان أن الشركة ستوفر تحديثات حول الوضع حال حصولها عليها. سيؤدي ذلك إلى طمأنة المستثمرين بأن الشركة لديها إجراء للتعامل مع الموقف وأنها تدرك الحاجة لإبقائهم على اطلاع كامل.

وقد يعلن تحديث لاحق ببساطة أن سبب الحادث كان انفجاراً عرضياً لناقلة وأن المنشأة بدأت في استئناف أنشطتها. وفي هذه المرحلة ليس من الضروري أن يكون الإعلان مفصلاً. سيساعد الإعلان في تقليل الإشاعات عن شيء أسوأ وسيقوي سمعة الشركة فيما يتعلق بالشفافية. وقد يكون له أيضاً تأثير إيجابي فوري على سعر السهم. ينبغي أن يتأكد فريق علاقات المستثمرين من إمكانية وصول المستثمرين إليهم والرد على أسئلتهم بسرعة، والقيام بما هو أكثر من مجرد تكرار بيانات الشركة الحالية، فتجاهلهم يترك انطباعاً أسوأ بكثير.

تستمر بعض الأزمات على فترات أطول، مثل جائحة كوفيد-19. ومرة أخرى، من الضروري إبقاء المستثمرين على اطلاع تام. قامت بعض الشركات بذلك بشكل فعال من خلال شرح الإجراءات التي كانت تتخذها (مثل العمل من المنزل واختبار الموظفين للكشف عن الفيروس) وكيف أنها ضمنت استمرار عمل الشركة بشكل فعال في معظم الأحيان، مع الحفاظ على سلامة الموظفين والعملاء. مشاركة المعلومات الشفافة حول الكيفية التي تخطط بها الشركة للتعامل مع النكسات مهمة أيضاً في الأزمات. وينبغي أن يقر فريق علاقات المستثمرين على سبيل المثال بأن بعض خطوط العمل قد تتأثر، ويشرح كيف تقترح الشركة التعامل مع هذا الأمر.

نبذة:

تخطيط شاملة لأصحاب المصلحة بالإضافة إلى إجراء غير رسمي لسبر السوق.

ثم تم التركيز على دليل علاقات المستثمرين بما في ذلك موقع إلكتروني جديد لعلاقات المستثمرين وتحسين مواد تقارير الحكير من خلال التركيز على التحليل المالي المفصل، والتحديثات التشغيلية الشاملة، والإفصاح الاستباقي عن التقدم المحرز مقارنة بالاستراتيجية، وكذلك على معالجة القضايا القديمة، بما في ذلك إعادة فتح قنوات الاتصال مع محلي جانب البيع باعتبارهم أصحاب مصلحة رئيسيين لوظيفة علاقات المستثمرين.

اتخذ فريق علاقات المستثمرين في الحكير نهجاً قائماً على البيانات لزيادة تعزيز أولويات وظيفة علاقات المستثمرين. وتم إجراء تحليل لسجل المساهمين كل شهر، مما سمح للفريق بوضع خطة وصول المستثمرين المستهدفة للشركة وقياس تأثيرها بمرور الوقت. كما أجرى الفريق أيضاً دراسة رسمية لتصور المستثمر وفهم مخاوف المستثمرين الرئيسيين ومحلي جانب البيع وتحديد مجالات التحسين.

النتيجة:

منذ إنشاء وظيفة علاقات المستثمرين، عززت الحكير العلاقات مع مساهميها ومجتمع الاستثمار من خلال الالتزام بعمليات تواصل استباقية وشفافة ومتسقة.

ويوجد حالياً موقع إلكتروني جديد لعلاقات المستثمرين وإدارة شاملة لعلاقات العملاء، كما تم تبسيط وصول المستثمرين إلى الشركة وجعله أكثر فاعلية وكفاءة لتحسين وقت الإدارة. في الأشهر التسعة الأولى من عام 2021م، شاركت الحكير في 6 مؤتمرات للمستثمرين، وعقدت أكثر من 30 لقاءً فردياً مع حوالي 80 مؤسسة محلية وإقليمية.

وفي فترة زمنية قصيرة، نشرت الحكير استراتيجيتها التحويلية بشكل فعال بطرق متعددة، شملت فيها التقرير السنوي المعزز، ومكالمات مناقشة الأرباح الربع سنوية. ومع تزايد فهم المحللين لجانب الشراء والبيع للركائز الاستراتيجية ومحركات النمو، أصبح فريق علاقات المستثمرين مستعداً للبناء على التقدم المحرز لزيادة تعزيز برنامج أفضل للممارسات.

علاقات المستثمرين هي عملية مستمرة، والمستثمر يستغرق وقتاً لفهم شركتك والارتفاع المحتمل. وبعد الصبر والاتساق والشفافية مفاتيح النجاح.

تأسست الحكير عام 1990 من قبل فواز وسلمان وعبد المجيد الحكير. وأصبحت الشركة منذ ذلك الحين تاجر التجزئة الرائد في المملكة العربية السعودية والشركة المدرجة الوحيدة من نوعها في الشرق الأوسط. ومنذ افتتاح أول متجر لها في عام 1991، نمت الحكير بشكل كبير وهي الآن تاجر في حوالي 1700 متجر عبر 100 مركز تسوق في 11 دولة، مع منصة بيع بالتجزئة تعمل على مساحة إجمالية قابلة للتأجير تزيد على 450.000 م². وتتم إدارة كل هذا من قبل قوة عاملة يزيد عددها عن 11,000. تمثل الحكير حالياً أكثر من 90 علامة تجارية، تتنوع بين الملابس النسائية، والملابس الرجالية، وملابس الأطفال والرضع، والأحذية والإكسسوارات، ومستحضرات التجميل، بالإضافة إلى تشغيل سلسلة من المطاعم والمقاهي والمتاجر.

وتم تشكيل فريق علاقات المستثمرين في الحكير في عام 2021م، مع تعيين مدير لعلاقات المستثمرين. يقدم الفريق تقاريره إلى الرئيس التنفيذي والمدير المالي ويعمل بالتعاون مع الإدارات المالية والقانونية ورؤساء وحدات الأعمال كما يتعاون مع وظائف التواصل الأخرى.

التحدي:

مع التغيير السريع لديناميكيات سوق التجزئة، تم إنشاء فريق إدارة جديد لصياغة استراتيجية استجابة لرياح السوق المعاكسة وقيادة تحول الشركة. وأدى ظهور جائحة كوفيد-19، الذي نتج عنه إغلاق متاجر البيع بالتجزئة ومنافذ المأكولات والمشروبات، إلى تحديات إضافية كبيرة للحكير، مع ضغوط المبيعات والضغوط التشغيلية التي أثرت على الأداء المالي.

كان الحصول على دعم المستثمرين عاملاً أساسياً في نجاح الاستراتيجية. ولهذه الغاية، تم تعيين فريق جديد لعلاقات المستثمرين بهدف إنشاء أفضل الممارسات، وتعزيز مواد إعداد التقارير، وإنشاء خط تواصل استباقي وشفاف ثنائي الاتجاه مع السوق. تهدف الوظيفة الجديدة أيضاً إلى معالجة التصورات السابقة للسوق وتعزيز بيانات أسهم الشركة وقصتها.

الإجراء:

وضعت الحكير خارطة واستراتيجية لمدة عام واحد لعلاقات المستثمرين، تتماشى مع رؤية الشركة الجديدة والركائز الأساسية لاستراتيجية التحول الخاصة بها.

وأنشئت وظيفة علاقات المستثمرين بما يتماشى مع أفضل الممارسات وهي تسترشد بالسياسات والإجراءات الموضوعية حديثاً. حيث كانت الخطوات الأولى التي اتخذت هي عملية

نبذة:

تأسست مجموعة شاكور عام 1950 وكانت من أوائل الشركات في المملكة العربية السعودية التي قدمت أجهزة تكييف الهواء والأجهزة المنزلية للمستهلكين السعوديين. ومجموعة شاكور هي المستورد والموزع للعديد من العلامات التجارية العالمية الرائدة، بما في ذلك مايتاج وأريستون وإيندست ويديا وبومباني في المملكة العربية السعودية والموزع الوحيد لمكيفات هواء إل جي في المملكة العربية السعودية. وتقدم وحدة خدمات الطاقة ESCO، بصفاتها وحدة أعمال تابعة لمجموعة شاكور، حلول الطاقة.

أدرجت مجموعة شاكور بصفاتها شركة مساهمة عامة في السوق المالية السعودية منذ عام 2010م. وعلى مر السنين، وضعت مجموعة شاكور اسمها بين أفضل الشركات السعودية، حيث قدمت مجموعة من الحلول المتكاملة في مجال مكيفات الهواء والأجهزة المنزلية في السوق السعودية والمنطقة.

يقود وظيفة علاقات المستثمرين الرئيس التنفيذي للشركة ونائب الرئيس للشؤون المالية والاستراتيجية ومدير التحويل.

التحدي:

واجهت مجموعة شاكور ضغوطاً تتعلق بإيرادات المبيعات نتيجة لتحديات السوق، بما في ذلك المنافسة المتزايدة، وقطاع البناء ذو الأداء المتدني، والموسمية غير المواتية، وواحد من أكبر انخفاضات أسعار النفط في الفترة 2014-2016م. ولتغيير أداء الأعمال، انطلقت مجموعة شاكور في برنامج تحول كبير لتحسين أداء الشركة.

احتاجت مجموعة شاكور خلال الأوقات الصعبة إلى تعزيز المشاركة مع المستثمرين لإيصال التأثير الإيجابي المتوقع للشركة من برنامج التحويل الاستراتيجي. وركزت استراتيجية علاقات المستثمرين في مجموعة شاكور على التواصل الاستباقي والشفاف في أوقات التفحص الدقيق.

الإجراء:

أعلنت مجموعة شاكور إطلاق برنامج تحولها الاستراتيجي في عام 2019م، والذي يتضمن أربع ركائز لتحسين الأداء.

وقد طورت مجموعة شاكور خارطة لعلاقات المستثمرين وبرنامج تواصل لمدة ثلاث سنوات لإبقاء السوق على اطلاع دائم بأداء الشركة والتقدم المحرز في برنامج التحويل.

وكما تم تطوير عرض تقديمي جديد للمستثمر ومواد للنائج المالية لتوضيح أداء الشركة وتساهم في متابعة التقدم المحرز مقابل الركائز الاستراتيجية لبرنامج التحويل، كما تم تطوير بوابة إلكترونية جديدة لعلاقات المستثمرين لاستضافة جميع المواد. بجانب ترتيب الإدارة لمؤتمرات المستثمرين وعقدت اجتماعات منتظمة مع المستثمرين.

النتيجة:

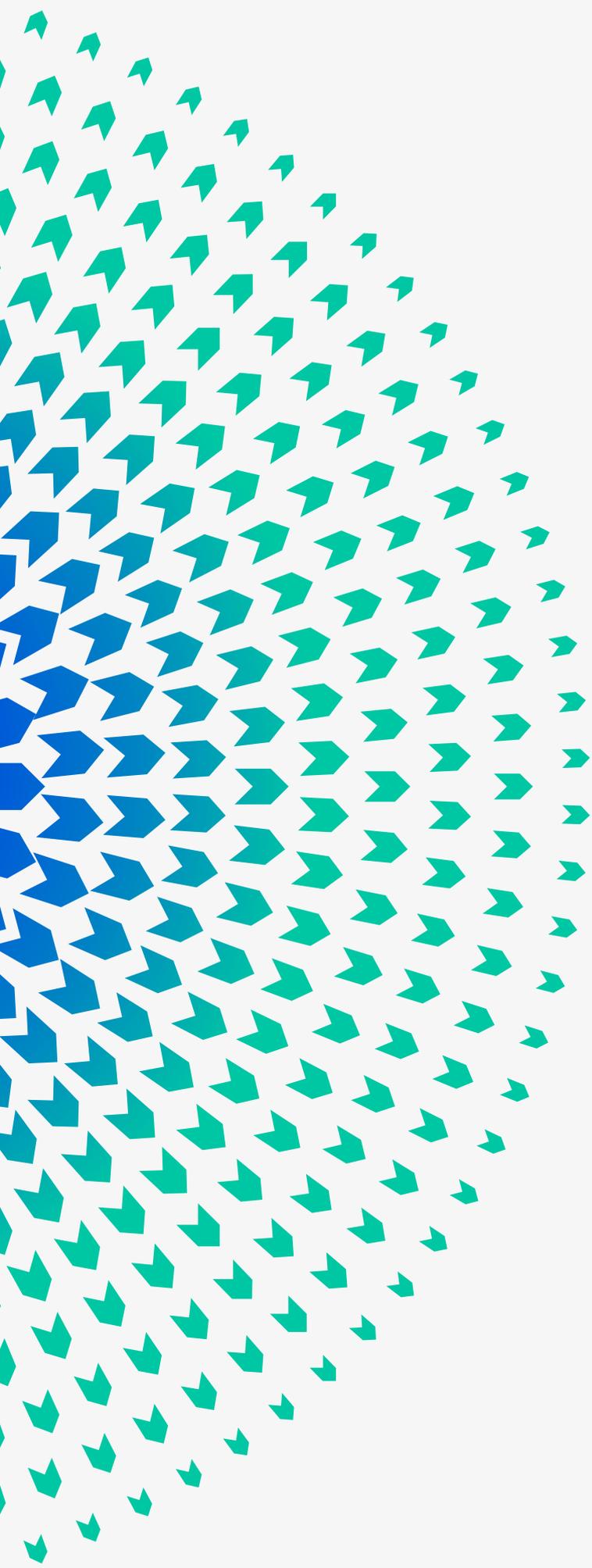
منذ إطلاق استراتيجيتها الجديدة لعلاقات المستثمرين، أقامت مجموعة شاكور علاقات قوية مع أصحاب المصلحة والمستثمرين الرئيسيين وحسنت وظيفة علاقات المستثمرين بشكل كبير. وتمكنت الشركة من الحفاظ على علاقات قوية مع المستثمرين خلال الأوقات المضطربة واكتسبت ثقة المستثمرين الدوليين والإقليميين واطمئناتهم لها نتيجة لشفافيتها خلال برنامجها للتحويل.

تم إنشاء وظيفة قوية لعلاقات المستثمرين تعمل بما يتجاوز الحد الأدنى من المتطلبات التنظيمية وتستمر في التواصل بشكل استباقي مع المستثمرين.

أدى الالتزام بأفضل الممارسات إلى تحسين العلاقات مع كل من محلي جانب الشراء وجانب البيع، وزيادة الطلب على المكالمات من المستثمرين، واستقرار سعر سهم الشركة.

المتطلبات التتظيمية والرقابية

4



4.1

المبادئ الأساسية

تخضع الشركات المدرجة في الأسواق المالية في جميع أنحاء العالم لإطار من القوانين واللوائح. ويتمثل هدفها الأساسي في ضمان إدارة الشركات بكفاءة وصدق قدر الإمكان وأن يثق فيها المستثمرون، فهي توفر بيئة تُعامل فيها الشركات المستثمرين على قدم المساواة وبإنصاف، وتبقي السوق على اطلاع بأخر التطورات المهمة من خلال إصدار إفصاحات دقيقة وفي الوقت المناسب. وينبغي أن يمكّن هذا الإطار المستثمرين من اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن شراء أو بيع أسهم الشركة في سوق متوازن ومنظم.

إن وجود سوق منظم تنظيماً جيداً مهم ليس فقط للشركات والمستثمرين فيها، ولكن أيضاً للنجاح الاقتصادي لأي بلد. وتؤدي الأسواق المالية المزدهرة إلى زيادة الاستثمار في البلد ككل، بجانب توسيع الشركات الناجحة، وزيادة ثروة المستثمرين، ونمو الاقتصاد الوطني.

تشمل الأهداف الرئيسية للجهات التنظيمية ما يلي:

- تعزيز حوكمة الشركات
- تعزيز الشفافية لدى الشركات المدرجة، دون المساس بأسرارها التجارية المشروعة
- توفير الوضوح بشأن أنواع المعلومات التي يجب على الشركات الإفصاح عنها للجمهور وموعد ذلك الإفصاح
- ضمان تكافؤ الفرص بحيث يتلقى جميع المشاركين في السوق المعلومات ذات الصلة في نفس الوقت
- المعاقبة على سوء السلوك في السوق الذي يمكّن بعض المستثمرين من جني مكاسب مالية بشكل غير عادل ويضر بالآخرين
- إنشاء بيئة تزدهر فيها الشركات المدرجة

4.2

الإطار التنظيمي في المملكة العربية السعودية

توفر المملكة بنية تحتية رقابية وتنظيمية قوية وصارمة للسوق المالية والمشاركين فيها. وتشمل الأنظمة والقوانين الأساسية **نظام الشركات ونظام السوق المالية**، والذي تحصل من خلاله هيئة السوق المالية على سلطتها بصفتها الجهة الرقابية والتنظيمية الوطنية المستقلة في المملكة.

وتشمل لوائح هيئة السوق المالية ما يلي:

- **لائحة حوكمة الشركات:** تضم حقوق المساهمين؛ وتشكيل وتكوين مجلس الإدارة؛ والمعايير الأخلاقية
- **قواعد طرح الأوراق المالية والالتزامات المستمرة:** تضم أنواع الأوراق المالية وشروط الطرح العام الأولي في السوق الرئيسية ونمو - السوق الموازية؛ والالتزامات المستمرة مثل المعلومات المالية والتطورات الجوهرية؛ والقيود التي يفرضها مجلس الإدارة وغيرهم على تداول الأسهم
- **لائحة سلوكيات السوق:** تحظر التلاعب بالسوق من خلال الممارسات التضليلية؛ ويحظر الإفصاح عن المعلومات الداخلية والتداول بناءً على معلومات داخلية؛ وكذلك توضح معنى المطلعين
- **التعليمات الخاصة بإعلانات الشركات:** تضم نماذج الإعلان عن نتائج الأرباح وتغييرات مجلس الإدارة؛ وزيادة رأس المال، وتوزيع الأرباح، والجمعيات العامة السنوية

تتضمن **قواعد الإدراج** الصادرة عن تداول السعودية شروط إدراج الأوراق المالية في السوق الرئيسية ونمو - السوق الموازية؛ والالتزامات المستمرة بما في ذلك توقيت الإفصاح؛ وإلغاء الإدراج وتعليقه.

على فريق علاقات المستثمرين أن يحسن فهمه للإطار التنظيمي المذكور أعلاه والأحكام التي تؤثر على دوره في الشركة.

4.3

التزامات الإفصاح

تتطلب قواعد طرح الأوراق المالية والالتزامات المستمرة من الشركات المدرجة الإفصاح عن النتائج المالية السنوية والربعية بعد اعتمادها من مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي والمدير المالي. ويلزم الإفصاح عن البيانات المالية السنوية في غضون ثلاثة أشهر من نهاية الفترة المالية السنوية، وما لا يقل عن 21 يوماً تقويمياً قبل الجمعية العمومية السنوية.

كما يجب أيضاً كتابة الإفصاحات بطريقة واضحة توفر جميع المعلومات الضرورية ويلزم أن يتم ذلك في أسرع وقت ممكن من خلال إعلان بالتنسيق الصحيح على الموقع الإلكتروني لتداول السعودية. يتيح ذلك لجميع المستثمرين الوصول إلى الإفصاحات في نفس الوقت، مما يضمن الإفصاح العادل وغير الانتقائي. ويمكن بعد ذلك أيضاً إعلام عامة الناس بالمعلومات عن طريق الموقع الإلكتروني للشركة ويمكن نشرها من خلال البيانات الصحفية ووسائل التواصل الاجتماعي والقنوات الأخرى.

ويمكن أن يؤدي عدم الامتثال لمتطلبات الإفصاح إلى عواقب خطيرة، منها تعليق التداول أو حتى إلغاء الإدراج. وقد تتأثر سمعة الشركة أيضاً حيث يفقد المساهمون والمساهمون المحتملون الثقة في إدارة الشركة وقدرتها أو رغبتها في إبقائهم على اطلاع بالمعلومات بشكل كافٍ.

تفرض قواعد طرح الأوراق المالية والالتزامات المستمرة الصادرة عن هيئة السوق المالية على الشركات المدرجة التزاماً بالإفصاح للجمهور عن أي تطورات جوهرية غير مصرح بها والتي قد تؤثر بسهولة على الأصول والالتزامات أو المركز المالي أو المسار العام للأعمال المصدر أو الشركات التابعة له. بالإضافة إلى ذلك، يجب على المصدر أن يقدّر ما إذا كان من المحتمل أن يتم اتخاذ قرار استثماري من قبل المستثمرين عند الإفصاح عن معلومات جوهرية.

بشكل عام، كلما كانت المعلومة أكثر تحديداً حول الشركة، وكلما زاد تأثيرها، زادت احتمالية أنها تكون حساسة للسعر. ومن أمثلة المعلومات الحساسة للسعر البيانات المالية؛ وعمليات الاستحواذ الكبيرة؛ وعمليات الدمج؛ وإعادة هيكلة الشركات؛ والاستثمار الكبير في قدرة المنتج أو الخدمات الجديدة؛ والتغييرات في سياسة توزيع الأرباح؛ والمنازعات القانونية الكبرى؛ والتغييرات في مجلس الإدارة أو الإدارة العليا؛ وزيادة رأس المال أو تخفيضه؛ واحتمالية بعد توقعات المحللين للأرباح عن الهدف بصورة كبيرة.

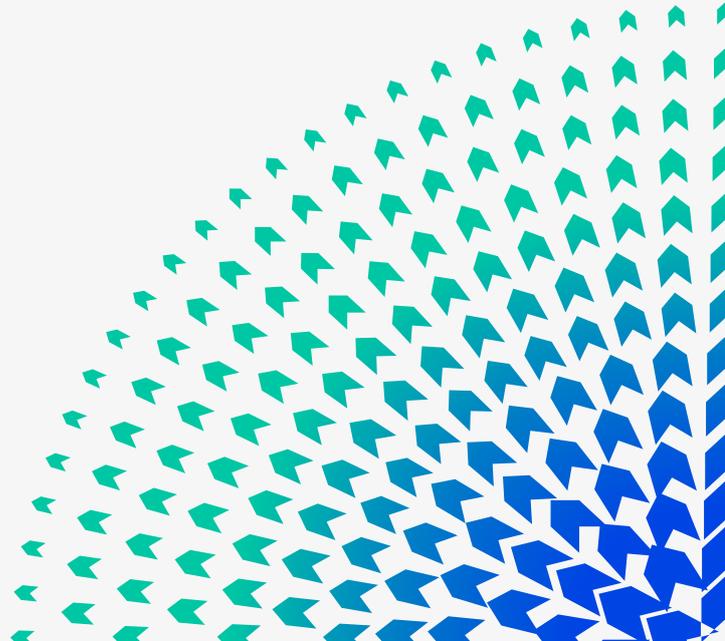
يمكن أن تكون عملية تحديد ما إذا كانت معلومة معينة حساسة للسعر أم لا وبالتالي يجب الإفصاح عنها أم لا، عنصراً مهماً غير موضوعي وليس دائماً مباشراً. ويجب أن تكون إدارة علاقات المستثمرين دائماً في حالة تأهب لاحتمال ضرورة إجراء إفصاح. كما ينبغي أن تضمن وضع مبادئ الإفصاح الداخلي الشاملة، المتفق عليها مع الإدارة العليا، حتى يمكن الوصول إلى القرار المناسب. ويجب أن تشمل المناقشات جميع الإدارات ذات الصلة والإدارة العليا. ويلزم أن تحافظ إدارة علاقات المستثمرين الحفاظ على هذه المبادئ وتقديمها من خلال سياسة الإفصاح المستمر عبر تداول السعودية.

كما ينبغي أن تتخذ الشركة قرارها بعناية شديدة وقد ترغب في التشاور مع المستشارين بما في ذلك المحامين والمستشارين الماليين والوسطاء والمتخصصين في علاقات المستثمرين. قد لا يلزم الكشف عن المراحل المبكرة من المفاوضات حول استحواذ شركة ما، على سبيل المثال، أو المناقشات الداخلية للشركة حول احتمال الانتقال إلى سوق جديدة.

وتسرد قواعد طرح الأوراق المالية والالتزامات المستمرة أيضاً عدداً من الأحداث المحددة التي يجب الإفصاح عنها، حتى لو لم تكن تطورات جوهرية. وتشمل الأمثلة معاملات معينة وخسائر مالية وقرارات بشأن توزيعات الأرباح. ويلزم أن تكون إدارة علاقات المستثمرين على دراية بهذه الالتزامات وعلى استعداد للوفاء بها.

الإفصاح عن دورة اعتماد الأرباح:

| علاقات المستثمرين | غير ذلك | الإدارة | الأموال المالية | |
|---|---|--|---|----------------------|
| | <ul style="list-style-type: none">التحديثات حول العمليات.المشاريع الرئيسية أو دراسات الحالة. | <ul style="list-style-type: none">الرسائل الرئيسية للفترة المشمولة بالتقرير.تزويد اقتباسات لبيان الأرباح. | <ul style="list-style-type: none">البيانات المالية المصاغة والمراجعة التي ستتم مشاركتها.التعليقات المالية. | المدخلات |
| <ul style="list-style-type: none">مراجعة كل المواد لضمان الامتثال التنظيمي. | <ul style="list-style-type: none">التحقق من المقاييس التشغيلية. | <ul style="list-style-type: none">اعتماد المواد النهائية. | <ul style="list-style-type: none">التحقق من الأرقام في كل المواد الإعلامية. | التحقق |
| <ul style="list-style-type: none">إنشاء مسودة مواد دليل علاقات المستثمرين. | | | | تطوير المحتوى |
| <ul style="list-style-type: none">توزيع المواد إلى إدارة علاقات العملاء.مراقبة الموقع الإلكتروني وتحديثات وسائل التواصل الاجتماعي. | <ul style="list-style-type: none">تحديثات الموقع الإلكتروني (اتصالات الشركة، تكنولوجيا المعلومات).توزيع المواد في وسائل الإعلام. | | <ul style="list-style-type: none">التحميل على موقع إفصاح (إذا لم يكن فريق علاقات المستثمرين هو الذي يتولى الأمر). | النشر |



حوكمة الشركة

تسرد الحقوق الرئيسية للمساهمين في لائحة حوكمة الشركات الصادرة عن هيئة السوق المالية. وهي تشمل الحق في المعاملة العادلة والمتساوية، حيث يلتزم مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية للشركة بعدم التمييز بين المساهمين المالكين لذات فئة الأسهم، وبعدم حجب أي حق عنهم.

وتبين الشركة في سياساتها الداخلية الإجراءات اللازمة لضمان ممارسة جميع المساهمين لحقوقهم.

تشمل حقوق المساهم بموجب اللائحة ما يلي:

- الحصول على نصيبه من صافي الأرباح التي يتقرر توزيعها نقداً أو بإصدار أسهم؛
- حضور جمعيات المساهمين العامة أو الخاصة، والاشتراك في مداولتها، والتصويت على قراراتها؛
- مراقبة أداء الشركة وأعمال مجلس الإدارة
- طلب الاطلاع على البيانات والمعلومات الخاصة بنشاط الشركة واستراتيجيتها التشغيلية والاستثمارية بما لا يضر بمصالح الشركة ولا يتعارض مع نظام الشركات ونظام السوق المالية ولوائحهما التنفيذية
- مساءلة أعضاء مجلس الإدارة ورفع دعاوى ضدهم
- ترشيح أعضاء مجلس الإدارة وانتخابهم

يجب ان يوفر مجلس الإدارة المعلومات الكاملة والواضحة والصحيحة وغير المضللة لتمكين المساهم من ممارسة حقوقه على أكمل وجه. وتقدّم هذه المعلومات في الوقت المناسب كما يجب تحديثها بانتظام. ويلزم على الشركة التواصل من خلال "أكثر الوسائل فعالية".

تتطلب لائحة حوكمة الشركات أن تنعقد "الجمعية العمومية العادية" مرة واحدة على الأقل في السنة خلال الأشهر الستة التالية لانتهاج السنة المالية للشركة. ويُعرف مثل هذا الاجتماع بشكل عام في السوق باسم الجمعية العمومية السنوية. ويجب الإعلان عن موعد انعقاد الجمعية العمومية ومكانها وجدول أعمالها قبل الموعد بواحد وعشرين يوماً على الأقل، وتُنشر الدعوة على الموقع الإلكتروني لتداول السعودية والموقع الإلكتروني للشركة نفسها. ويجب أن يتاح للمساهمين الفرصة للمشاركة الفعالة والتصويت. وعلى مجلس الإدارة عند إعداد جدول أعمال الجمعية العمومية أن يأخذ في الاعتبار المواضيع التي يرغب المساهمون في إدراجها. كما يحق للمساهمين الذين يملكون ما لا يقل عن 5% من الأسهم إضافة بند أو أكثر إلى جدول الأعمال.

سلوكيات السوق

تنظم لائحة سلوكيات السوق سلوكيات جميع المشاركين في تداول الأوراق المالية. وتهدف إلى منع بعض المشاركين من التمتع بميزة غير عادلة تفضلهم على الآخرين من حيث الوصول إلى المعلومات وكذلك حظر الممارسات التي تنطوي على تلاعب أو تضليل، والهدف منها هو ضمان تكافؤ الفرص لكافة المساهمين.

تشمل المفاهيم الأساسية ما يلي:

التداول بناءً على معلومات داخلية

يحدث التداول بناءً على معلومات داخلية عندما يستخدمها شخص لديه معلومات حساسة عن سعر التداول، عندما لا تكون هذه المعلومات متاحة للجمهور ككل. وتسمى هذه المعلومات بالمعلومات الداخلية. ويحظر التداول بناءً عليها بموجب المادة 6 من لائحة سلوكيات السوق الصادرة عن هيئة السوق المالية. كما يحظر على المطلعين الإفصاح عن هذه المعلومات لأي شخص آخر.

تحديد لائحة سلوكيات السوق المعلومات الداخلية على النحو التالي:

- (1) أن تتعلق بورقة مالية أو بأوامر مُدخلة أو معلومات قد تضاف عليها.
- (2) ألا يكون تم الإعلان عنها لعموم الجمهور، ولم تكن متوفرة لهم بأي شكل آخر.
- (3) أن يدرك الشخص العادي بالنظر إلى طبيعتها ومحتواها، أن إعلانها أو توفيرها للجمهور يؤثر تأثيراً جوهرياً على سعر الورقة المالية أو قيمتها⁸.

إن الكثير من المعلومات التي تلتزم الشركات بالإفصاح عنها بموجب قواعد طرح الأوراق المالية والالتزامات المستمرة هي معلومات داخلية، مثل بيانات الأرباح والاستثمارات الرئيسية للشركة وسياسة توزيع الأرباح والتغييرات في مجلس الإدارة والإدارة العليا.

وللحفاظ على تقييد المعرفة بالمعلومات الداخلية قدر الإمكان ومنع تسربها إلى أي شخص آخر، يجب على الشركة الاحتفاظ بقائمة بالأفراد المسموح لهم بالوصول إليها. ويُحظر

⁸ https://cma.org.sa/RulesRegulations/Regulations/Documents/Market_Conduct_Regulations_Ar.pdf، صفحة 6

على دراية كاملة باللوائح والتشريعات التي تحكم المعلومات الداخلية. بالإضافة إلى أن يكون فريق علاقات المستثمرين على دراية كافية بالالتزامات والقيود. كما يلزم أن تحتفظ الشركة بسجل شامل يحتوي على جميع المناقشات والقرارات ذات الصلة فيما يتعلق بالمعلومات الداخلية والمعلومات الداخلية المحتملة.

التلاعب بالسوق

أحد المجالات الرئيسية لسوء السلوك في السوق هو التلاعب بسعر سهم الشركة. ويجب أن تكون الشركات حذرة لإمكانية حدوث مثل هذا التلاعب وإبلاغ تداول السعودية بذلك في حالة حدوثه فوراً.

التلاعب بالسوق هو محاولة متعمدة يقوم بها أي طرف للتدخل في التشغيل الحر والعاقل للسوق وخلق مظاهر كاذبة، من أجل تحريك سعر الأسهم بشكل مصطنع.

وتحظر لائحة سلوكيات السوق التداول الذي "يكون انطباعاً خاطئاً أو مضللاً بوجود نشاط تداول في الورقة المالية أو اهتمام بشرائها أو بيعها؛ أو التي تكون سعر مصطنع لطلب أو عرض أو تداول الورقة المالية". وينطبق الحظر عند قيام أي شخص بإدخال أمر أو تنفيذ صفقة على ورقة مالية باستخدام أي وسيلة كانت، بما في ذلك استخدام الأدوات التقنية لإنشاء الأوامر وإدخالها آلياً.

تتضمن أمثلة التلاعب بالسوق التي تحدث أحياناً في الأسواق المالية حول العالم ما يلي:

البيع الوهمي: هو ادعاء تداول سهم بشكل وهمي بحيث لا يترتب عليه انتقال الملكية النفعية للسهم. ومن صورته مثلاً قيام شخص ما ببيع ورقة مالية لابنه أو أحد أفراد الأسرة ثم إعادة شرائها في اليوم نفسه بسعر أكبر أو أقل بهدف التلاعب في السعر. والدافع الرئيس لهذا النشاط هو توجيه السعر في السوق لتحقيق أرباح زائفة "غير اعتيادية".⁹

الوساطة المضرة لمصلحة العميل: عندما يقدم الشخص المرخص له في سياق إدارة أعمال العميل على مشورة للعميل للتعامل، أو أن يسعى لإقناعه بالتعامل، أو أن يتعامل أو يقوم بترتيب تعامل في صفقات إذا كانت هناك أسباب معقولة تدعو للاعتقاد بأن ذلك التعامل يضر بمصلحة العميل من حيث عدد وتكرار صفقات التداول، وذلك بالنظر إلى أهداف العميل الاستثمارية ومركزه المالي وحجم وطبيعة حسابه.¹⁰

⁹ أمثلة لبعض السلوكيات المخالفة لنظام السوق المالية ولوائح التنفيذ
https://www.alahicapital.com/PublishedDocuments/cma/Examples-of-some-violations_Ar.pdf

¹⁰ لائحة سلوكيات السوق -
https://cma.org.sa/RulesRegulations/Regulations/Documents/Market_Conduct_Regulations_Ar.pdf

بالطبع على الأشخاص المدرجين في القائمة التداول بناء على المعلومات المتواجدة لديهم، كما هو الحال مع أي شخص آخر يمتلك معلومات داخلية.

يجب أن تتضمن قائمة المطلعين ، التي تسمى أحياناً فريق المعلومات الداخلية، كبار المديرين التنفيذيين، فضلاً عن الأشخاص الذين تم تعيينهم للتحدث في الأسواق المالية وأعضاء فريق علاقات المستثمرين. ويُصنف الأفراد الآخرون على أنهم مطلعين فيما يتعلق بينود محددة من المعلومات.

من الضروري أن تحدد القائمة الداخلية هوية كل شخص لديه حق الوصول إلى المعلومات الداخلية وسبب ذلك وتاريخ إنشاء القائمة أو تحديثها. ويجب إعلام هؤلاء الأفراد بأنهم مدرجون في القائمة.

إذا كان الفرد غير متأكد مما إذا كانت المعلومات التي حصل عليها هي معلومات داخلية، فيجب عليه إبلاغ فريق المعلومات الداخلية على الفور، وعلى الشركات أن تذكر أهمية التصورات السائدة في السوق؛ فقد يُنظر إلى عملية تداول الأسهم التي لا تتأثر بالمعلومات الداخلية على أنها تتأثر بها. وبالتالي قد يخطئ المطلعون في توخي الحذر في تداولهم الشخصي. وتعتبر فترات المنع التي لا يجوز خلالها للمطلعين التداول، مثل فترة ما قبل إعلان الأرباح، وسيلة فعالة لمنع التجاوزات الحقيقية أو المتصورة.

يمكن للشركة تعيين أطراف خارجية وتمكينهم للإطلاع على المعلومات الداخلية في حال كان من ضروري أن يتم تزويدهم بمعلومات معينة، مثل وقت الحاجة إلى إعداد إعلانات الأرباح، ومنهم المستشارون الماليون والقانونيون ومستشارو علاقات المستثمرين والكيانات الأخرى التي تتعامل معها الشركة. وعلى هؤلاء الأطراف الخارجيين التوقيع على اتفاقية سرية قبل القيام بأي إفصاح لهم.

ويجب على الشركات اتخاذ خطوات صارمة لمنع تلقي أي شخص غير مصرح له للمعلومات الداخلية.

إذا تسربت المعلومات التي قد تكون معلومات داخلية أو أفصح عنها بشكل غير صحيح، فيجب على إدارة علاقات المستثمرين أو أي إدارة أخرى إبلاغ أعضاء فريق المعلومات الداخلية للشركة على الفور. وتتضمن أمثلة الإفصاح غير اللائق المقابلة مع وسائل الإعلام أو الإفصاح إلى وسيط أو مستثمر معين. وإذا قررت الشركة أنها بالفعل معلومات داخلية، فيجب عليها الإعلان عن المعلومات في أقرب وقت ممكن بالطريقة المناسبة من خلال الإفصاح على الموقع الإلكتروني لتداول السعودية.

كما ينبغي على كبار المسؤولين التنفيذيين والمتحدثين في الأسواق المالية وفريق علاقات المستثمرين التأكد من أنهم

نشر الإشاعات المضللة: عندما يقوم شخص إما عن طريق استخدام الإنترنت أو غيره بنشر خبر أو معلومات عن استحواذ شركة على شركة أخرى – وهو يعلم أن هذا الخبر أو المعلومات غير صحيحة ومضللة – بهدف التأثير في سعر السهم، ومن ثم قد يتخذ بعض المستثمرين قرارات استثمارية خاطئة بناءً على هذا الخبر أو هذه المعلومات¹¹.

تحظر لائحة سلوكيات السوق إصدار بيانات غير صحيحة للتأثير على سعر الورقة المالية، أو لأي غرض تلاعبي أو تضليلي آخر. كما يُحظر تداول مثل هذه البيانات التي أدلى بها آخرون والتي ترقى إلى ترويج الشائعات. حيث تنص تعليمات إعلانات الشركات الصادرة عن هيئة السوق المالية على أنه إذا كانت هناك شائعة تتعلق بتطور جوهري، فيجب على الشركة أن تقرر ما إذا كانت بحاجة إلى نشر إعلان على الموقع الإلكتروني لتداول السعودية أم لا.

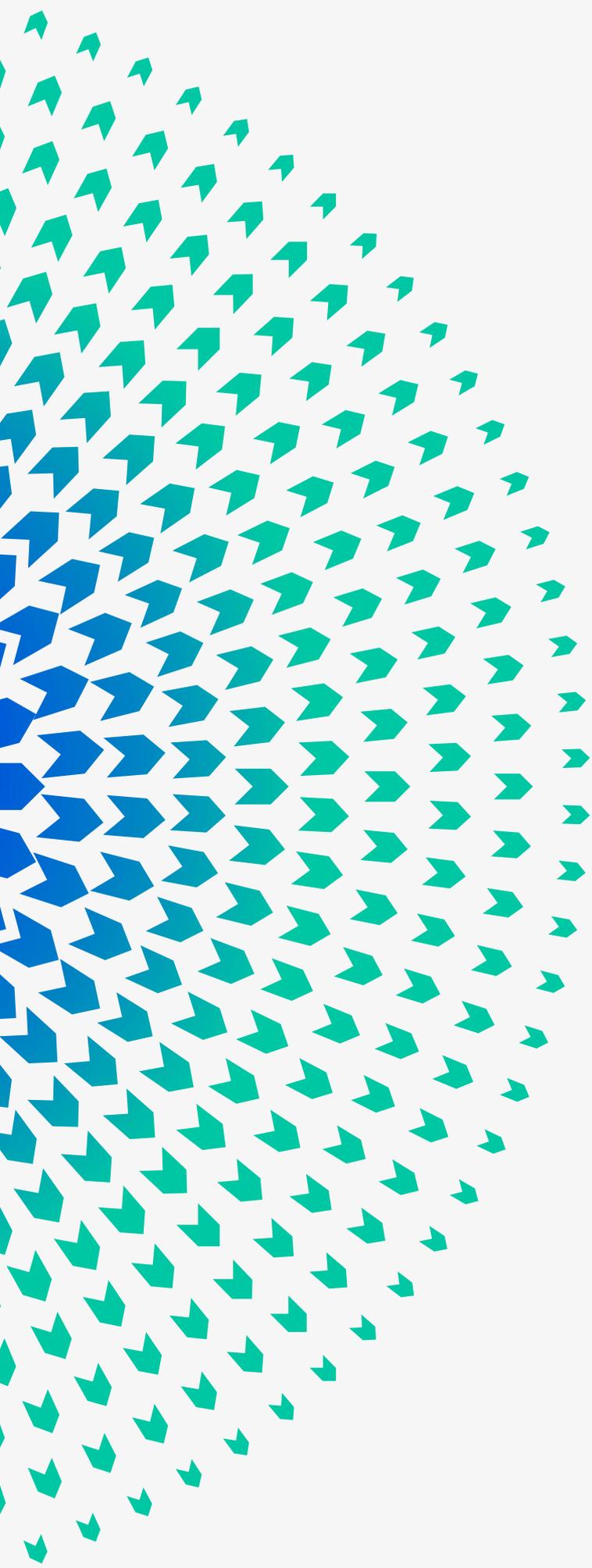
إذا تم التواصل مع شركة ما للتعليق على شائعة من أي نوع، فمن الأفضل عادة القول في البداية أن من سياسة الشركة عدم التعليق على الشائعات. يسمح ذلك للشركة أن تقرر ما إذا كانت تريد تقديم إجابة موضوعية أم لا. عندما تكون الشائعة دقيقة إلى حد كبير وتستند إلى معلومات داخلية، بما في ذلك الشائعات التي تتكرر في وسائل الإعلام، يجب على الشركة الإفصاح عن هذه المعلومات الداخلية في أسرع وقت ممكن. وفي حال كانت الشائعة خاطئة إلى حد كبير، فمن غير المرجح أن ترقى إلى مستوى المعلومات الداخلية. ومع ذلك، يجب على الشركات النظر فيما إذا كانت تضمن الدحض من خلال الإفصاح لمنع تصديق المعلومات المضللة.

يجب على الشركة، خلال ساعات التداول، مراقبة سعر سهمها عن كثب لمعرفة ما إذا كان هناك أي تحركات غير مريحة في أسعار الأسهم. قد يكون هناك العديد من الأسباب لتحركات أسعار الأسهم، تتراوح من ردة فعل السوق العادي إلى إفصاح الشركة عن الزيادة أو التخفيض بما يتماشى مع الجو السائد في السوق. لكن يتضح في بعض الأحيان أن السبب هو التلاعب بالسوق أو رد فعل على شائعة.

¹¹ أمثلة لبعض السلوكيات المخالفة لنظام السوق المالية ولوائحه التنفيذية

قياس القيمة

5



بما في ذلك عرض المعلومات المطلوبة في الوقت المناسب وبطريقة جذابة بصرياً والمشاركة العامة التي يتم قياسها من خلال التحليلات

• صياغة ونشر الإفصاحات في الوقت المناسب وبجودة عالية

• عدد ونوعية محليي جانب البيع الذين يغطون الشركة

• شمولية وجودة التقرير السنوي

• استباقية علاقات المستثمرين في تقديم اقتراحات قيمة لمجلس الإدارة والإدارة العليا ونقل آراء المستثمرين المؤثرة.

• استبيانات الشركة الداخلية التي تكشف عن كيفية قيام الإدارات الأخرى بتصنيف وظيفة علاقات المستثمرين بناءً على التفاعل معها

• الجوائز والتقدير التي تحصل عليها إدارة علاقات المستثمرين من الهيئات المستقلة، بما في ذلك أفضل وظيفة علاقات مستثمرين عامة في المنطقة، وأفضل موقع إلكتروني لعلاقات المستثمرين، وأفضل تقرير سنوي، وأفضل موظف علاقات مستثمرين

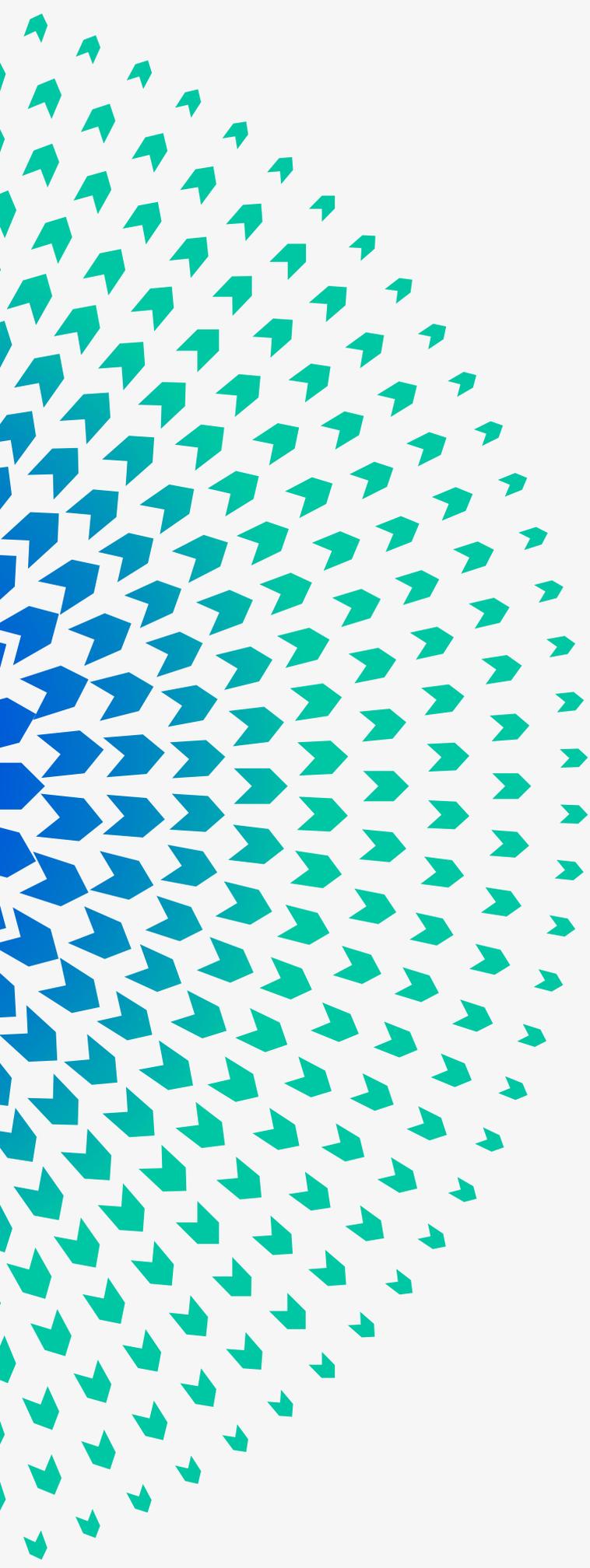
تعد الأنشطة المذكورة أعلاه ذات قيمة كبيرة للشركة وهي ركيزة مهمة لنجاحها العام في السوق. لذا، يجب النظر إليها لتكوين حكم يكون غير محايد إلى حد ما، ولكن يمكن أن يوضح ما إذا كانت إدارة علاقات المستثمرين تؤدي عملها وفق المعيار المتوقع أم لا. ويلزم أن تكون إدارة علاقات المستثمرين الذي تدار جيداً على ثقة من أن العمل الفعال الذي تقوم به يمكن إظهاره لمجلس الإدارة والإدارة العليا، مما يضمن استمرار دعمها وربما تأمين توسع إداري مستحق.

ليس من السهل تقييم فعالية وظيفة علاقات المستثمرين، بالنظر لأنها لا تنتج أي إيرادات أو سلع يمكن حسابها، فالمقياس الرئيسي الذي تركز عليه إدارة علاقات المستثمرين، وهو سعر السهم، حيث لا يمكن استخدامه بسهولة لقياس الأداء لأنه يتأثر بالعديد من الأمور الخارجة عن سيطرة إدارة علاقات المستثمرين، مثل أرباح الشركة وأدائها مقارنة بنظرائها، وفعالية استراتيجية الشركة والجو السائد بالسوق تجاه أسواق الأسهم ككل أو في بلد معين. وعلى أي حال، لا يتمثل هدف علاقات المستثمرين في زيادة سعر السهم، ولكن يتمثل في تحقيق القيمة العادلة، لذلك لن يتم تقديرها والثناء عليها تلقائياً عندما يرتفع سعر السهم. وإذا لم تدعم الأساسيات الأسهم بشكل كافٍ، فقد يكون من الصعب الحفاظ على سعر السهم المبالغ في تقييمه ويكون له عواقب سلبية على المدى الطويل.

ومع ذلك، ينبغي إجراء تحليل لسعر السهم، بما في ذلك مقارنة بسعر الشركات المنافسة والسوق ككل، لتقييم وظيفة علاقات المستثمرين طالما أن حدودها مفهومة. ومن المفيد أيضاً النظر إلى جودة قاعدة المساهمين واستقرارها، بما في ذلك ما إذا كانت الشركة تجذب أنواع المستثمرين التي تبحث عنهم مثل الصناديق المشتركة أو المستثمرين الأجانب. مع مراعاة تقلب سعر السهم.

تشمل المعايير الأخرى لقياس إدارة علاقات المستثمرين ما يلي:

- عدد ونوعية محليي جانب البيع الذين يغطون الشركة، وما إذا كانت توقعاتهم دقيقة
- عدد ونوعية دراسات تصور المستثمرين والمحللين للشركة التي تجريها إدارة علاقات المستثمرين
- الإجابات في دراسات التصور رداً على أسئلة محددة حول أداء دور علاقات المستثمرين بالشركة
- عدد ونوعية العروض الترويجية والعروض التقديمية والاجتماعات التي يعقدها المتحدثون الرسميون للأسواق المالية مع المستثمرين والمحللين، وما إذا كانت تشمل الشركات المستهدفة الرئيسية
- فعالية عمليات التواصل، مثل عدد استفسارات المتابعة المقدمة من المستثمرين ونسبة تحويل المستثمرين المحتملين في الاجتماعات إلى مستثمرين جدد
- العناية الواجبة لعلاقات المستثمرين: تتضمن بدء التواصل مع المستثمرين القائمين والمستثمرين المحتملين والمحللين، بما في ذلك الأرقام الأولية لعمليات التواصل؛ والوقت المستغرق للرد بشكل موضوعي على الأسئلة الخارجية والداخلية؛ وجودة الموقع الإلكتروني لإدارة علاقات المستثمرين الذي قد يعكس الأداء بشكل كبير،



البقاء في المقدمة في علاقات المستثمرين

6.1

تغيير المشهد

إن علاقات المستثمرين في تطور مستمر ودائم، حيث أصبحت أنشطتها أكثر تعقيداً وأكثر أهمية من أي وقت مضى لنجاح الشركة. وبعد الانتقال السريع من مرحلة البداية إلى مرحلة النضج في السنوات الأخيرة، يمكن لدور علاقات المستثمرين في المملكة الآن أن يتطلع إلى تحول أكثر عمقاً. تشمل المجالات الرئيسية التالية:

التنظيم: ثمة توجه عالمي نحو رقابة أكثر إحكاماً واتساعاً على الشركات المدرجة من قبل الهيئات الرقابية والتنظيمية، وذلك لتعزيز الشفافية وأفضل ممارسات الشركات بالإضافة إلى الحد من الأنشطة التي تعتبر ضارة. وعلى الشركات أن تكون أكثر حذراً بشأن ما يجب عليها فعله وما يجب عليها عدم فعله، لتجنب تعرضها لعقوبات تنظيمية. كما ينبغي لها أن تدرك أن تطبيق اللوائح الحالية قد يتطور أيضاً.

التقني: سيستمر الاستخدام المتزايد للذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي في تغيير سلوك المستثمرين وأنماط التداول. حيث يجب أن تظل علاقات المستثمرين على اطلاع بهذه التطورات لفهم أولويات أصحاب المصلحة. وقد يؤثر التقدم التقني أيضاً على التواصل بين علاقات المستثمرين والمستثمرين مثل جهات الاتصال الرقمية وقنوات وسائل التواصل الاجتماعي الجديدة والمراقبة المكثفة للتداول.

من المقرر أن تنمو استدامة الممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة بسرعة من حيث الأهمية كمعيار يقيم المستثمرون من خلاله كل شركة. ومن المرجح أن تصل الأصول العالمية الخاضعة للإدارة التي تلي معايير الممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة إلى 53 تريليون دولار أمريكي بحلول عام 2025، أي أكثر من ثلث الإجمالي، وفقاً لمؤشر بلومبيرغ Bloomberg. حيث انه من الصعب ان يستغي المصدرين عن هذه الفرصة.

العولمة: تؤدي الزيادة في التدفقات الدولية إلى الشركات المدرجة في تداول السعودية إلى ظهور فرص ووجهات نظر جديدة لمجتمع المستثمرين. ومن المرجح أن تطور وتقدم الشركات مرهون بالطريقة التي ستستجيب بها لهذا الوضع.

التوقعات: قد يصبح المستثمرون من جميع الأنواع أكثر فضولاً وانتقاداً بشأن الشركات التي يختارونها. وفي عصر يمكن فيه إجراء استثمارات في شركات وفئات أصول ومناطق جغرافية مختلفة بوضع لحظات. لا يمكن أبداً افتراض ولاء المستثمرين والتزامهم.

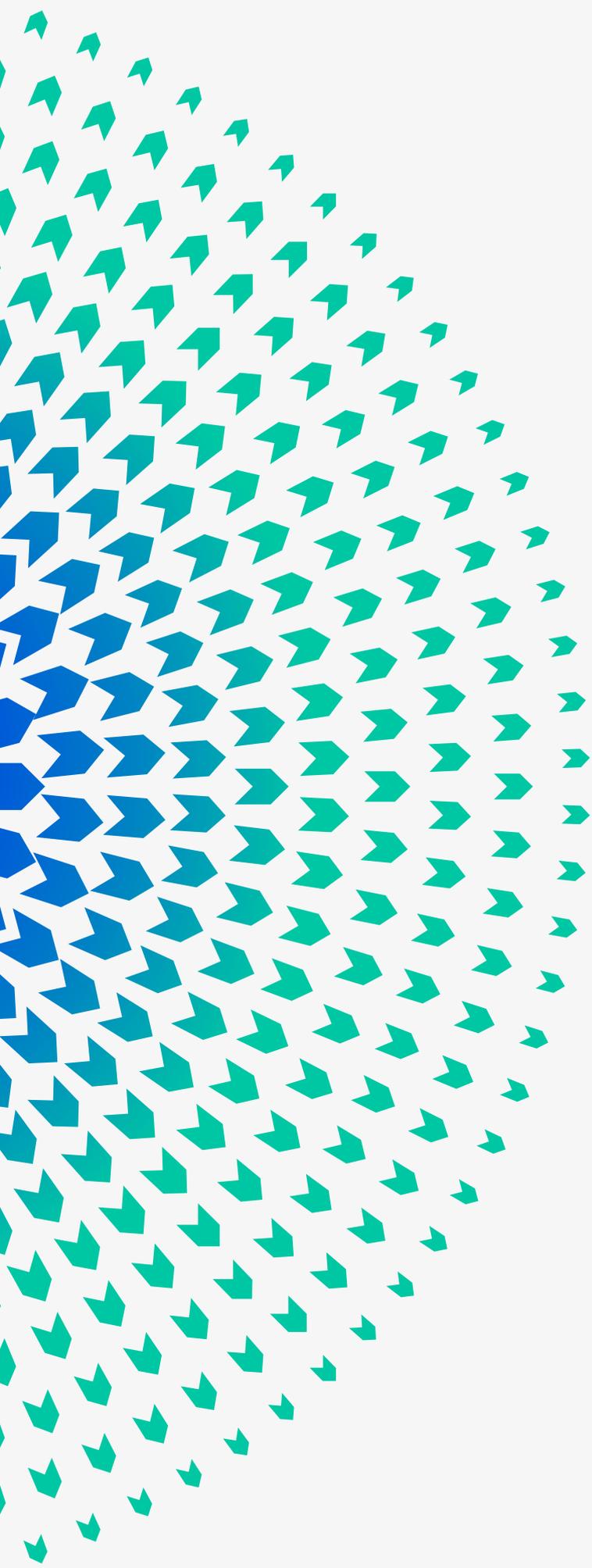
6.2

دور أكثر فاعلية

إن كم البيانات المتزايدة باستمرار والواردة من المستثمرين إلى قسم علاقات المستثمرين يتطلب فريقاً أكثر استباقية وديناميكية من أي وقت مضى. ما يجعله في وضع أقوى لتقديم اقتراحات وتوصيات قيمة إلى الإدارة العليا لتحسين أداء الشركة ككل.

وقد تتمكن علاقات المستثمرين من توضيح أن الشركة يمكن أن تتأهل للانضمام إلى مؤشر رئيسي للممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة، على سبيل المثال، من خلال إجراء تحسين معين على أدائها البيئي، أو ببساطة عن طريق تقديم تقارير أكثر دقة للمستثمرين عما تقوم به بالفعل، أو يمكن أن تنبه مجلس الإدارة بالتغيرات الطفيفة في تدفقات الاستثمار من شرق آسيا إلى الشرق الأوسط والتي يمكن أن تستفيد منها الشركة من خلال زيادة التركيز على العروض الترويجية لتلك المنطقة.

من المرجح أن يزداد تفاعل علاقات المستثمرين مع الفريق القانوني وفريق العلاقات العامة وفريق الأعمال بالشركة وأن تصبح علاقات المستثمرين أيضاً أكثر تكاملاً في نسيج الشركة. وسيتعين أيضاً زيادة حرص علاقات المستثمرين في مراقبة كل من نشاط التداول وتعليقات وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي على الشركة، حيث إن الرأي السائد حول الشركة مدفوع باستمرار بكميات المعلومات المتزايدة. حتى من المقرر أن يصبح دور علاقات المستثمرين أكثر مسؤولية وتحدياً على مدى السنوات القادمة، مع زيادة مماثلة في مكانته داخل إطار الشركة.



الموارد المتاحة لفريق علاقات المستثمرين

7

7.1

مخطط لمدة 12 شهراً

راجع تقويم علاقات المستثمرين الإرشادي في صفحة 33.

المخطط السنوي لعلاقات المستثمرين

السنة

أهداف علاقات
المستثمرين

شهرًا بشهر

| | | |
|--------|--------|--------|
| يناير | فبراير | مارس |
| أبريل | مايو | يونيو |
| يوليو | أغسطس | سبتمبر |
| أكتوبر | نوفمبر | ديسمبر |

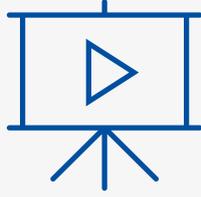
الأحداث الرئيسية

1. نتائج الأرباح ومواعيد المكالمات
2. مؤتمرات المستثمر
3. اجتماعات المجلس
4. توزيع الأرباح
5. الجمعية العمومية السنوية، الاجتماع العام الاستثنائي... إلخ
6. بدء التقرير السنوي وتاريخ النشر
7. العطل الرسمية في المملكة العربية السعودية وأسواق المستثمرين الأخرى
8. يوم الأسواق المالية
9. الحملات الترويجية
10. المراحل الرئيسية الأخرى

7.2 القائمة المرجعية لنتائج الأرباح



مكالمة مناقشة الأرباح
النص والأسئلة والأجوبة



العرض التقديمي الخاص
بالأرباح



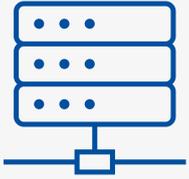
محتوى وسائل التواصل
الاجتماعي الداعمة



بيان الأرباح



إعلان تداول السعودية



ملف المحللين



النشرة الإخبارية
للمستثمرين



تحديثات الموقع
الإلكتروني



وثيقة المعلومات



دليل وسائل الإعلام
والمقابلات



بيان الأرباح

الشعار الرئيسي

- التاريخ.
- فترة الأرباح.

العناوين الرئيسية

- عناوين رئيسية تضيف محتوى وتلخص الرسائل الرئيسية للفترة المشمولة.

نص تمهيدي

- موجز النتائج المالية والرسائل الرئيسية للفترة المشمولة، ويتضمن مقارنات على أساس سنوي وربعي.

اقتباسات تنفيذية

- إضافة لون ومحتوى حول الأرقام.

مراجعة قطاعية

- ملخص النقاط البارزة التشغيلية والنتائج المالية لقطاع الأعمال.

الاستراتيجية والنظرة المستقبلية

- نبذة عن الاستراتيجية والنظرة المستقبلية للفترة القادمة.

معلومات إضافية

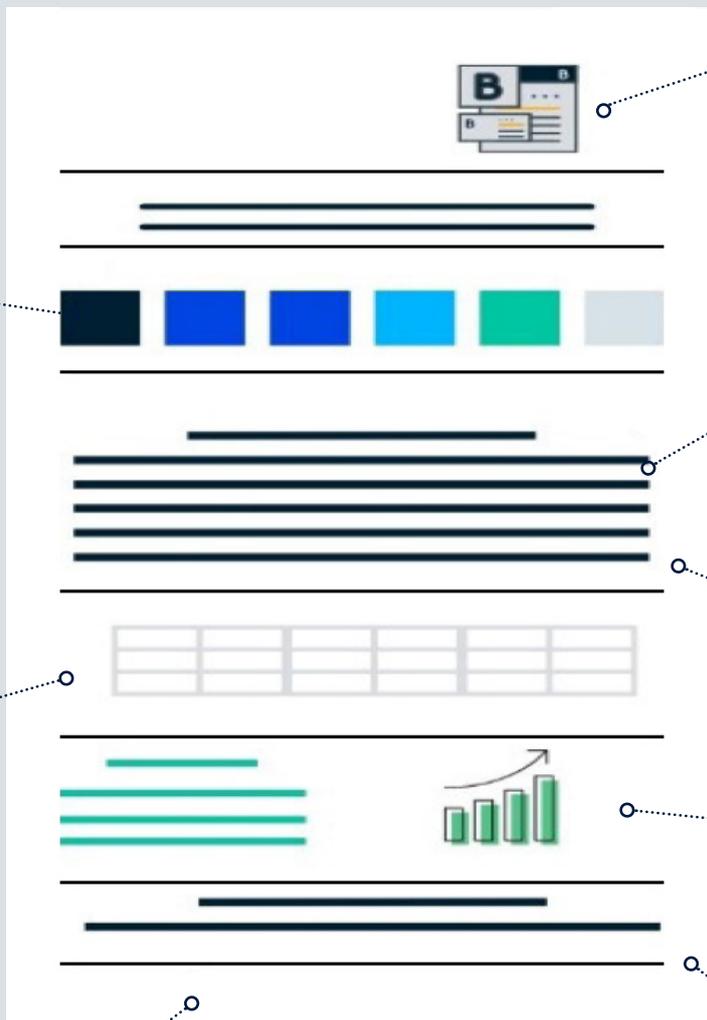
- بيانات مالية موجزة.
- إعلان عدم المسؤولية.
- روابط الموقع الإلكتروني لعلاقات المستثمرين.
- بيانات وملاحظات تكميلية.
- تفاصيل الاتصال بفريق علاقات المستثمرين.

النقاط البارزة

- الرسائل الرئيسية للفترة المشمولة بالتقرير.
- المقاييس المالية والتشغيلية الرئيسية.

البيانات المالية

- ملخص المقاييس الرئيسية مثل المبيعات، الربح الصافي، الأرباح قبل الفوائد والضرائب والإهلاك والإطفاء، أرباح السهم... إلخ
- مقارنة على أساس سنوي أو ربعي أو كليهما.



7.4

دليل العروض التقديمية الخاصة بالأرباح

| العناصر الأساسية للعرض التقديمي الفعال الخاص بالأرباح | | | |
|--|---|---|--|
| مراجعة التشغيلية <ul style="list-style-type: none">مراجعة وحدات الأعمال والاستثمارات الرئيسية أو المشاريع للفترة و/أو التطورات التشغيلية الأخرى ذات الصلة | مراجعة تفصيلية للبيانات المالية <ul style="list-style-type: none">مراجعة تفصيلية للبيانات المالية لربع السنة/السنة. تضمين المقارنات التاريخية والتعليقاتالالتزام بالمقاييس على مدار العام | فرضية الاستثمار <ul style="list-style-type: none">سرد واضح ومُلخص في صفحة واحدة لبيانات الأسهم | ملخص الفترة المشمولة بالتقرير <ul style="list-style-type: none">ملخص من صفحة واحدة يقدم للمستثمرين يتضمن المقاييس المالية وغير المالية الرئيسيةمقارنة تاريخية للبيانات؛ وضمن بقاء المقاييس متسقة |
| معلومات إضافية <ul style="list-style-type: none">ملخص البيانات الماليةتفاصيل الاتصال بعلاقات المستثمرين وروابط إلى الموقع الإلكترونيإخلاء المسؤولية | الاستدامة/الممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة <ul style="list-style-type: none">الأداء مقابل أهداف الاستدامة و/أو الممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة | نظرة عامة عن الشركة <ul style="list-style-type: none">خريطة الأصول وموقعها الجغرافيالمعلومات الأساسية عن الشركة | الهيكل المالي <ul style="list-style-type: none">التسويات والاعتبارات المالية للفترةبيانات الدين، إن وجد |

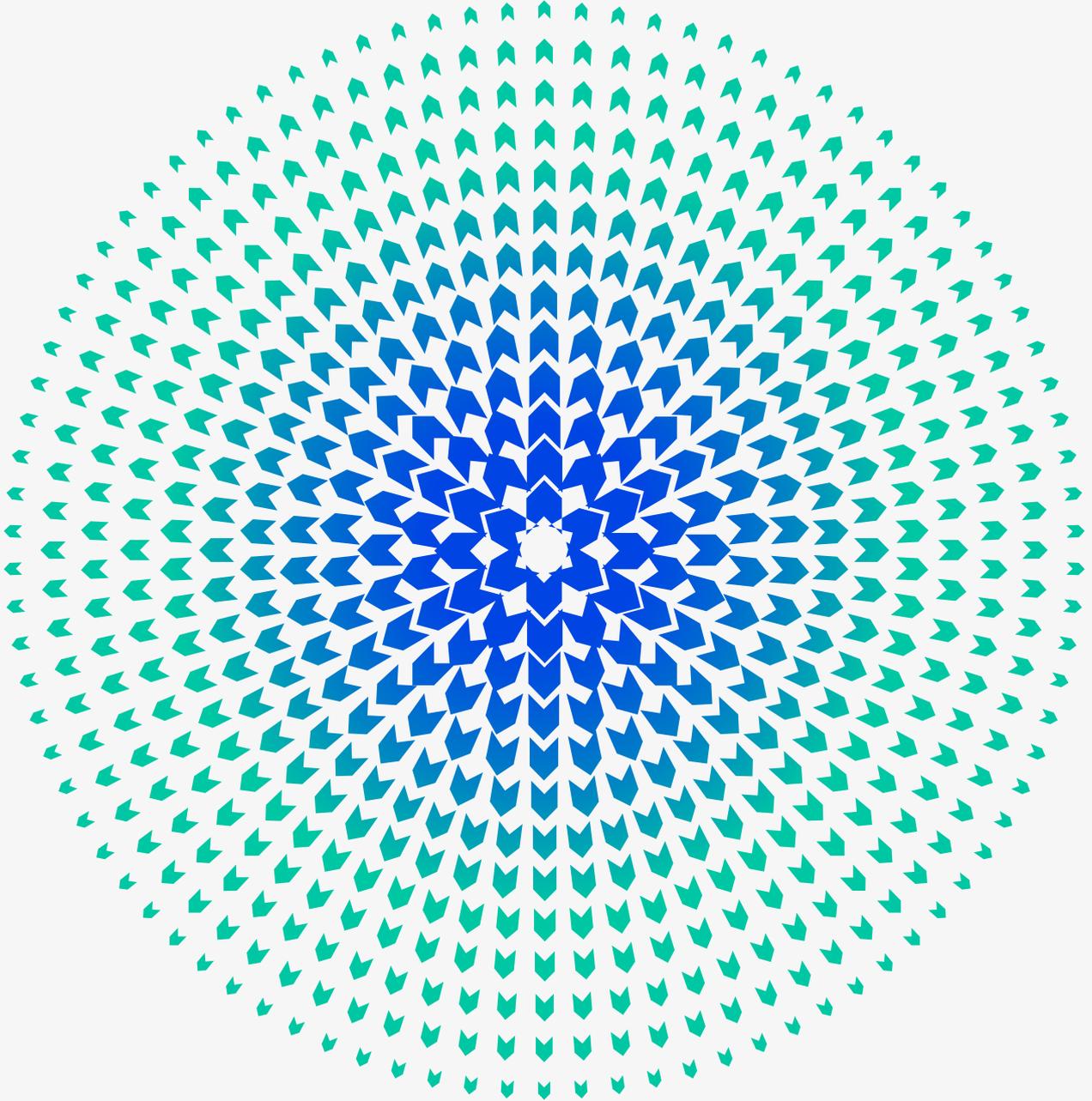
7.5

القائمة المرجعية لمكالمة مناقشة الأرباح

- 1 تأمين مزود المكالمات وإعداد الدعوات
- 2 إرسال دعوات إدارة علاقات المستثمرين
- 3 إعداد العرض التقديمي الخاص بالأرباح ونقاط المحادثة/النص والأسئلة والأجوبة
- 4 التدريب على العرض التقديمي والأسئلة والأجوبة مع الفريق التنفيذي
- 5 مشاركة العرض التقديمي مع المستثمرين والمحليين قبل المكالمة
- 6 الانضمام إلى المكالمة مسبقاً لضمان البدء في الوقت المناسب
- 7 استخدام المكالمة لاطلاع المستثمر على الأحداث أو المؤتمرات القادمة
- 8 جعل المكالمة قابلة للوصول من خلال تحميل سجلات المكالمات الصوتية والمكتوبة على الموقع الإلكتروني

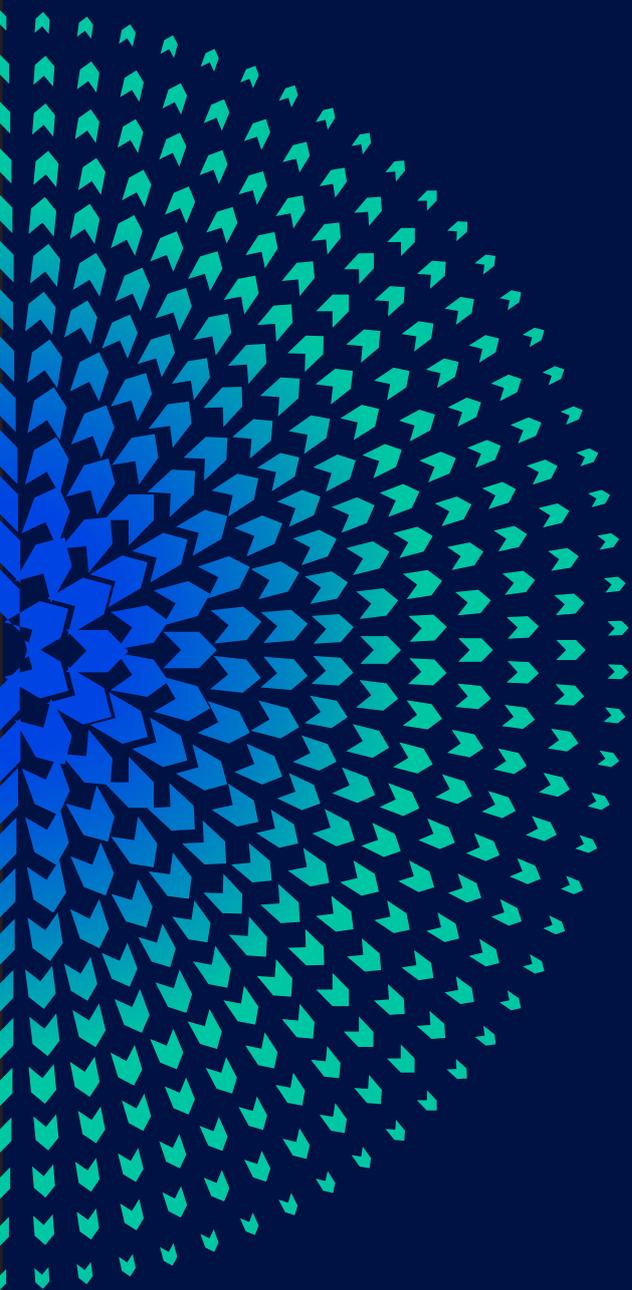
7.6 القائمة المرجعية للتقرير السنوي

| | |
|--|--------------------------|
| تحديد قائد المشروع وأصحاب المصلحة الداخليين الذين سيشاركون | <input type="checkbox"/> |
| رسم التسلسلات الوظيفية وعملية الموافقات | <input type="checkbox"/> |
| تحديد تاريخ اكتمال المشروع وجدول الإنتاج | <input type="checkbox"/> |
| إشراك المزودين الخارجيين إذا لزم الأمر (التصميم والمحتوى) | <input type="checkbox"/> |
| تحديد تنسيق التقرير السنوي (مطبوع، PDF، رقمي) | <input type="checkbox"/> |
| وضع مخطط للمحتوى | <input type="checkbox"/> |
| تحديد الرسائل الرئيسية للعام | <input type="checkbox"/> |
| جمع المعلومات من الإدارة والفرق الداخلية | <input type="checkbox"/> |
| وضع مسودة المحتوى - ترك وقت كافٍ للتغييرات والموافقات | <input type="checkbox"/> |
| جمع البيانات المالية المدققة والتعليقات المالية | <input type="checkbox"/> |
| جمع الصور الفوتوغرافية ذات صلة | <input type="checkbox"/> |
| تسجيل المحتوى والتصميم | <input type="checkbox"/> |
| طباعة/الإصدار عبر الإنترنت | <input type="checkbox"/> |
| التوزيع على أصحاب المصلحة المعنيين | <input type="checkbox"/> |



نسعد في تداول السعودية باستقبال ملاحظاتكم واقتراحاتكم عبر التواصل معنا على البريد الإلكتروني:

toolkit@saudiexchange.sa



92000 1919

@tadawul



For more information please visit:
Saudiexchange.sa