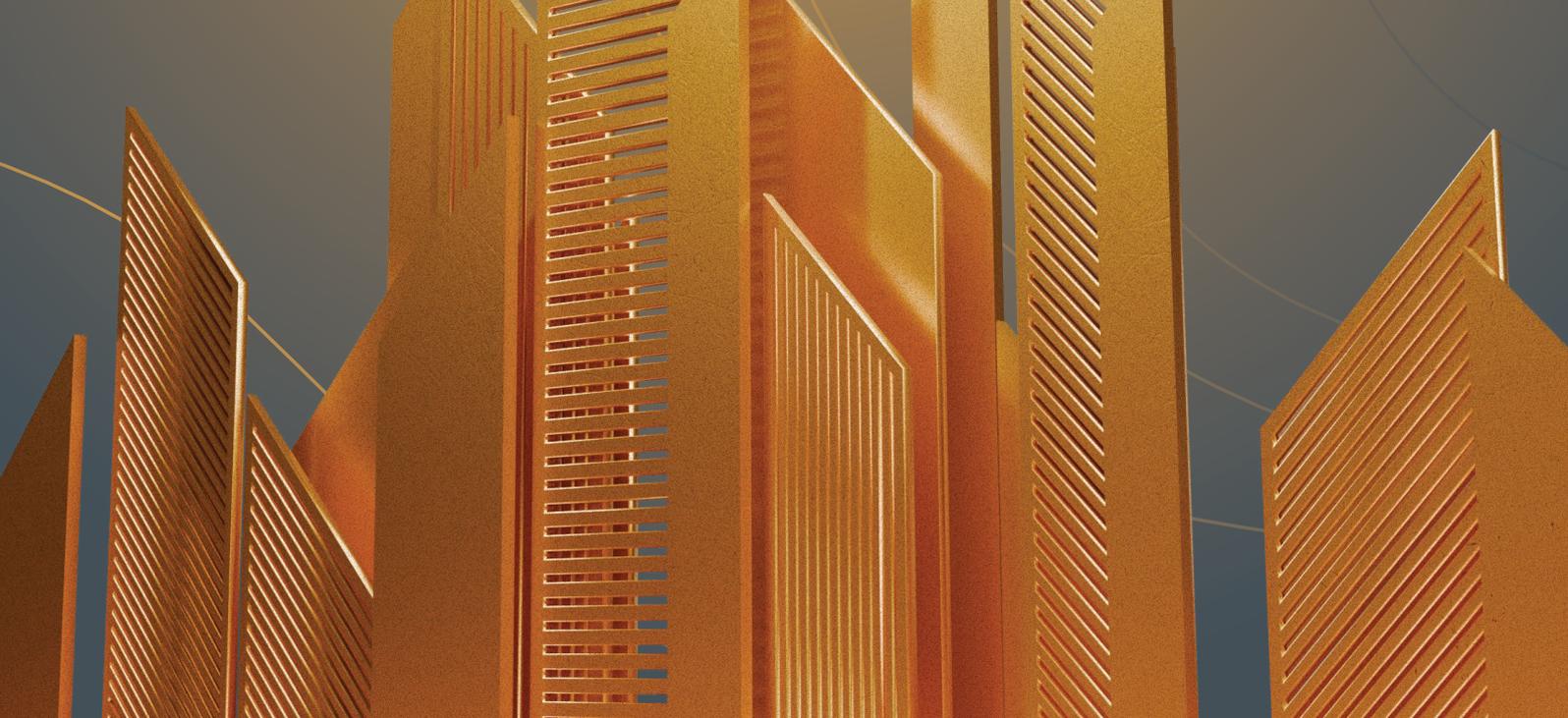




بورصة الكويت
BOURSA KUWAIT

IRP

دليل أفضل الممارسات
في مجال علاقات المستثمرين



جدول المحتويات

06	علاقات المستثمرين الاستراتيجية
06	المبادئ التوجيهية لعلاقات المستثمرين
07	ما هي علاقات المستثمرين؟
07	قيمة علاقات المستثمرين
09	نتائج علاقات المستثمرين الفعالة
12	الوظيفة الإستراتيجية: تخطيط علاقات المستثمرين والموارد
14	ومؤشرات الأداء الرئيسية KPIs
15	التسلسل الإداري
16	فريق علاقات المستثمرين الداخلي
18	الجمهور الداخلي لعلاقات المستثمرين
19	الجمهور الخارجي لعلاقات المستثمرين
19	أصحاب المصلحة الآخرين
19	الحكومة والمسؤولية الاجتماعية والبيئة (ESG)
21	سياق علاقات المستثمرين: البيئة التشغيلية والتنظيمية
21	مقدمة
22	دور الجهة التنظيمية
23	قواعد الإدراج
23	سلوكيات السوق
24	الإفصاح
25	حوكمة الشركات
26	دور المستشارين
27	تقويم إدارة علاقات المستثمرين
28	النتائج الربع سنوية
29	التقرير السنوي
30	الاجتماع السنوي للجمعية العامة العادية
30	اعتبارات أخرى
31	برنامج علاقات المستثمرين
31	سيناريو الاستثمار
32	العرض التقديمي للمستثمر
33	تحليل سجل الأسهم واستهداف المستثمرين
34	اجتماعات المستثمرين
37	العروض الترويجية للمستثمرين
38	مؤتمرات المستثمرين
38	فعاليات أيام المستثمرين / سوق رأس المال
40	زيارات الموقع
40	معلومات السوق والإجماع
41	دراسات التصور
42	الاتصالات الاستراتيجية
42	علاقات المستثمرين والعلاقات العامة
42	أفضل ممارسات التواصل
45	الإستراتيجية الإعلامية
46	وسائل التواصل الاجتماعي
47	الموقع الإلكتروني لإدارة علاقات المستثمرين
50	الخاتمة



MOL
ART

تمهيد

السيد/ محمد سعود العصيمي
الرئيس التنفيذي



كذلك تلتزم هذه الشركات بتخصيص وحدة أو إدارة لعلاقات المستثمرين، وذلك لضمان التواصل المستمر والفعال مع المستثمرين الحاليين والمحتملين، الذين يطالبون بمعلومات أكثر دقة وفي الوقت المناسب، إضافةً إلى التفاعل المباشر في أمور الأداء المالي وإعداد تقارير الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية والبيئية (ESG) وتنفيذها. وفي هذا السياق، يجب أن تكون هذه الإدارة على تواصل مستمر مع مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية، حيث تعمل كجهة للاستشارات الاستراتيجية، تستجيب للاحتياجات المتغيرة لأصحاب المصالح الرئيسيين، وتساهم بشكل كبير في النجاح الطويل الأمد لهذه الشركات.

يعد دليل **بورصة الكويت** لأفضل ممارسات علاقات المستثمرين مرجعاً هاماً لكافة المشاركين في السوق، ويزودهم بالمعرفة والأدوات اللازمة للتعامل مع مجال علاقات المستثمرين الديناميكي بفعالية وإحترافية. ذلك وتمكن **بورصة الكويت** جميع أطراف سوق المال الكويتي من تطوير قدراتهم في هذا المجال، وذلك ومن خلال مواكبة المعايير والممارسات المتطورة، مما يعزز سمعة السوق وقوته، ويمهد الطريق لبيئة مالية أكثر استدامة وازدهاراً.

منذ التأسيس، عملت **بورصة الكويت** على تطوير وتحسين سوق المال الكويتي، وذلك إسترشاداً باستراتيجية تقدمية تهدف إلى تطوير سوق أكثر شفافية وملاءمة مالية، ورفع مكانة البورصة محلياً وإقليمياً وعالمياً.

كجزء من تلك الاستراتيجية، حدّدت الشركة أربعة مجالات رئيسية لتحقيق أهدافها، والمساهمة في خطة التنمية الوطنية لدولة الكويت، بما في ذلك (1) خلق قاعدة مصدريين جاذبة بإطلاق عملية تقسيم السوق وإصدار وتحسين قواعد إدراج جديدة (2) واعتماد أفضل المعايير والممارسات الدولية لتوسيع قاعدة المستثمرين (3) وتطوير وطرح منتجات وخدمات جديدة تهدف إلى منح المستثمرين مجالات أوسع للاستثمار تمهيداً لتحويلها إلى منتجات أكثر ربحية (4) وتطوير بنية تحتية وبيئة عمل بمعايير عالمية من خلال طرح قواعد إدراج جديدة مع العمل على توطيد العلاقة مع جميع المشاركين في السوق، فضلاً عن زيادة الشفافية عبر تحديث آلية الإفصاح وتحسين الالتزامات للشركات المدرجة، خاصة الشركات المدرجة في السوق "الأول" أو تلك التي ترغب في الترقية إليه.

ذلك وتتألف هذه الالتزامات من إفصاحات ثنائية اللغة باللغتين العربية والإنجليزية، وإجراء مؤتمرات للمحللين الماليين بشكل ربع سنوي، وأن يتم تداول الأوراق المالية المصدرة عن شركات السوق "الأول" وفق شروط السيولة المحددة والمعلنة من قبل البورصة.

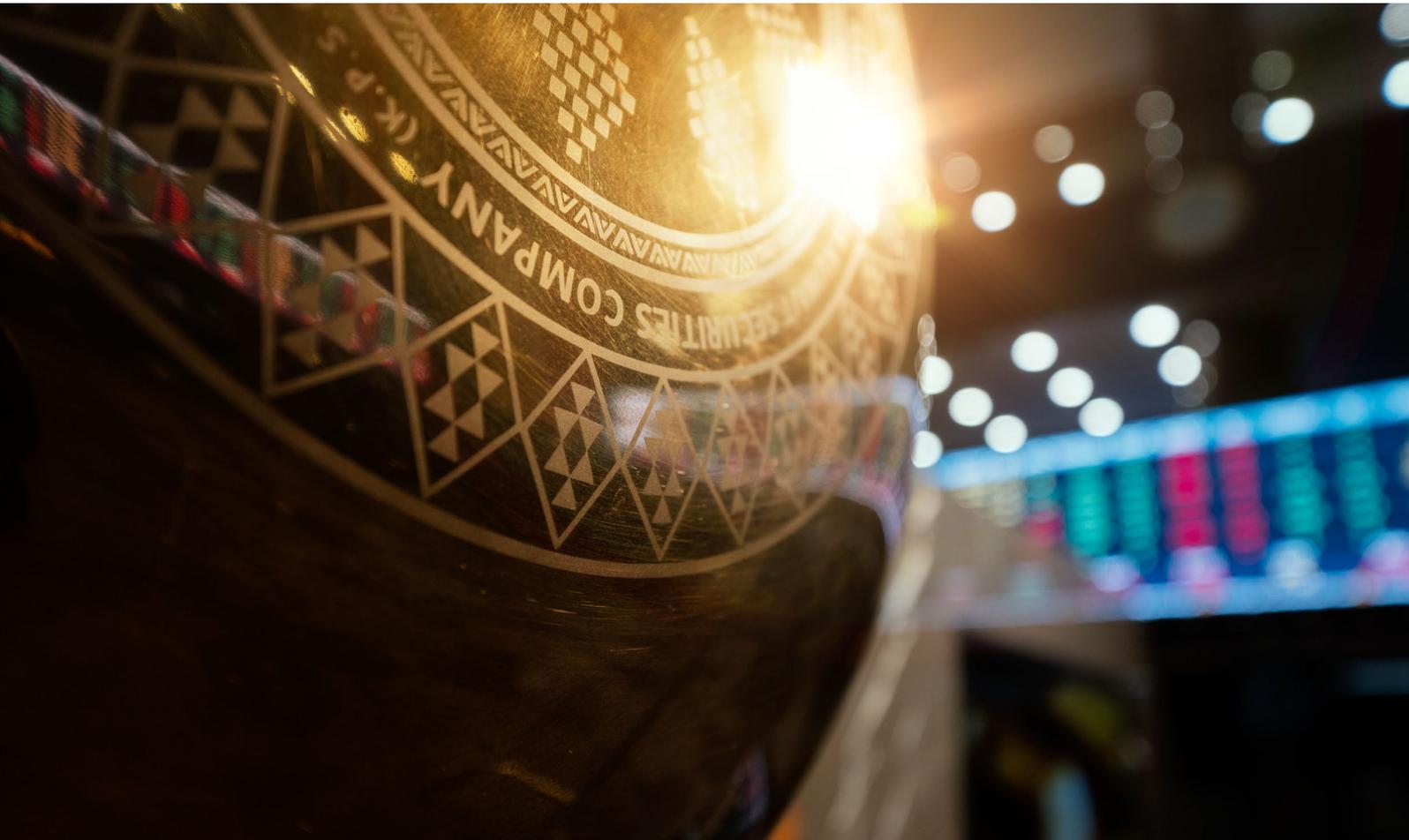


الشريك المساهم

تُعرب **بورصة الكويت** عن خالص تقديرها لجمعية علاقات المستثمرين في الشرق الأوسط (MEIRA) لالتزامها الراسخ وخبرتها ومساهماتها القيمة في تطوير دليل أفضل الممارسات في مجال علاقات المستثمرين. وبوصفها شريكاً رئيسياً في هذه المبادرة، لعبت الجمعية دوراً محورياً في صياغة مورد شامل يعزز ممارسات علاقات المستثمرين ذات المستوى العالمي في جميع أنحاء المنطقة، بما في ذلك في سوق المال الكويتي.

نثمن التعاون المستمر مع جمعية علاقات المستثمرين في الشرق الأوسط ونتطلع إلى مواصلة الجهود المشتركة لتعزيز التميز في مجال علاقات المستثمرين، لما فيه فائدة مجتمع الاستثمار بشكل عام. وتتوجه **بورصة الكويت** بخالص الشكر إلى الجمعية على دورها البارز في هذه المبادرة وعلى الأثر الإيجابي المستمر الذي تتركه في مجال علاقات المستثمرين

جمعية علاقات المستثمرين في الشرق الأوسط (MEIRA) هي جهة مهنية إقليمية مستقلة وغير ربحية، تُكزس جهودها لتعزيز أفضل الممارسات في مجال علاقات المستثمرين. تعمل الجمعية على تحقيق ذلك من خلال التعاون الوثيق مع الشركات المدرجة وصانعي السياسات والجهات التنظيمية والبورصات، بما في ذلك **بورصة الكويت**. وتهدف الجمعية إلى ضمان فهم الشركات المدرجة لدورها ومسؤولياتها في أسواق رأس المال العامة، ولا سيما تجاه مستثمريها وأصحاب المصلحة الآخرين. وتسعى الجمعية في نهاية المطاف إلى المساهمة في تطور أسواق رأس المال، مع الإقرار بأن أفضل الممارسات في علاقات المستثمرين تتطور بين شبكة المتخصصين في هذا المجال، مع الاستفادة من المقارنة بين ممارسات علاقات المستثمرين في المنطقة والممارسات الدولية.



علاقات المستثمرين الاستراتيجية

المبادئ التوجيهية لعلاقات المستثمرين

بالنظر إلى سياق العمل في سوق منظم، وتنوع القطاعات ونماذج أعمال الشركة التي يمكن للمستثمرين الاختيار من بينها، نجد أنه من الأهمية بمكان للشركات التركيز على المبادئ التوجيهية لعلاقات المستثمرين الفعالة. ومن خلال عدسة عناصر علاقات المستثمرين (وهي: الالتزام، التناسق، المصداقية، الوضوح، التواصل)، يمكننا النظر فيما هو مطلوب لبناء ثقة المستثمرين، وترجمة علاقات المستثمرين في نهاية المطاف إلى أداة لخلق قيمة للمساهمين واستدامتها بمرور الوقت.



الوضوح

من الأهمية بمكان التأكد من أن رسائل علاقات المستثمرين إلى المساهمين تتسم بالدقة والوضوح والإيجاز وسهولة الفهم من قبل الجماهير المستهدفة.

التواصل

تعمل علاقات المستثمرين الفعالة كقناة بين جهة الإصدار والأسواق المالية بشكل مستمر من خلال تشجيع التواصل وتبادل المعلومات والملاحظات القيمة. ومن ثم، تعمل علاقات المستثمرين على تقليص انقطاع المعلومات بين ما تقوم به الشركة وما يراه السوق.

الالتزام

يعد الدعم والالتزام من جانب مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية مسألة حيوية لترسيخ المصداقية مع السوق وغرس الثقافة أو الأسلوب "الصحيح" من المستويات الأعلى وعبر جميع أنحاء العمل.

التناسق

تجنب الحاجة إلى المجاملة والتملق والتضليل من خلال الاستعداد للتواصل في الأوقات السيئة كما في الأوقات الجيدة، علاوة على الحاجة إلى اتساق الرسائل بغية تحسين الفعالية وتعزيز المصداقية بمرور الوقت.

المصداقية

من أجل العمل كمتحدث رسمي باسم الشركة، ينبغي تزويد علاقات المستثمرين بالموارد المناسبة، فضلاً عن التمتع بالمصداقية خارجياً - مع السوق - وداخلياً - مع مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية، وعبر جميع الوظائف الداعمة وخطوط الأعمال.

ما هي علاقات المستثمرين؟

وتختلف علاقات المستثمرين عن العلاقات العامة (PR)، حيث تجمع الأولى بين التمويل والاتصالات والتسويق للتحكم بشكل فعال في تدفق المعلومات بين جهة الإصدار والمستثمرين وأصحاب المصلحة خلاف ذلك. يوظف المستثمرون بدور رئيسي وحيوي في نجاح الأعمال التجارية ونموها. ولذا، تهتم جهات الإصدار بالحفاظ على علاقة قوية وشفافة مع المستثمرين الحاليين والمحتملين. وهنا يأتي دور إدارة علاقات المستثمرين لدى جهة الإصدار لإحداث فرق مميزة تنافسية في المنافسة على رأس المال.

علاقات المستثمرين هي وسيلة التواصل الفعالة في الاتجاهين فيما يتعلق بالمعلومات ذات الصلة والضرورية المطلوبة بين جهة الإصدار والأسواق المالية. فهي تمكن مجتمع الاستثمار من إصدار أحكام مستنيرة باستمرار حول القيمة العادلة لأسهام جهة الإصدار وأوراق المالية. يهدف فريق علاقات المستثمرين إلى التواصل وتزويد الأسواق المالية بمعلومات دقيقة وكافية، في الوقت المناسب، حول أهداف جهة الإصدار واستراتيجيتها وأنشطتها وبيئة التشغيل لديها ووضعها المالي، وغيرها من المعلومات التي تعتبر ذات صلة وضرورية. بطريقة توفر صورة هي الأكثر دقة لجهة الإصدار كهدف استثماري.

قيمة علاقات المستثمرين

بتوجيه من مجلس الإدارة، تتولى الإدارة التنفيذية للشركة المدرجة مسؤولية جماعية تجاه مساهميها، بصفتهم مالكي الشركة، عن أنشطة جهة الإصدار. وعلى الرغم من أن المساهمين لا يضطلعون في المعتاد بدور نشط في الإدارة اليومية للشركة، إلا أن لديهم الحق في فهم كيفية عمل الشركة، تنعكس تلك الحقوق في الالتزامات التنظيمية المفروضة على الشركات المدرجة. ومن ثم، ينبغي أن يكون الهدف الأوسع لبرنامج علاقات المستثمرين هو تزويد المستثمرين وغيرهم من أصحاب المصلحة بصورة واضحة وشفافة ودقيقة عن الأداء السابق لجهة الإصدار وأفاقه المستقبلية.

لا تعمل علاقات المستثمرين بمعزل عن غيرها، بل وينبغي لعلاقات المستثمرين الفعالة أن تعتمد على وظائف وموارد الشركة الأوسع نطاقاً، حيث إنها وظيفة استراتيجية ينبغي أن تزود التفكير والتوجه الاستراتيجي للإدارة التنفيذية ومجلس الإدارة بالمعلومات باستمرار نظراً لدور علاقات المستثمرين في المشاركة المستمرة مع السوق وجمع المعلومات حوله. وتعد ديناميكية الأسواق من أهم سماتها، وهناك العديد من العوامل التي قد تؤثر على جهة الإصدار وسعر سهمها. وبناء على ذلك، يتمثل دور علاقات المستثمرين في التأكد من أن مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية على علم بما يحدث في السوق، وكذلك تصور المستثمرين عن الأعمال مقارنة بجهات الإصدار الأخرى وللمستثمرين خياراتهم في نهاية المطاف.

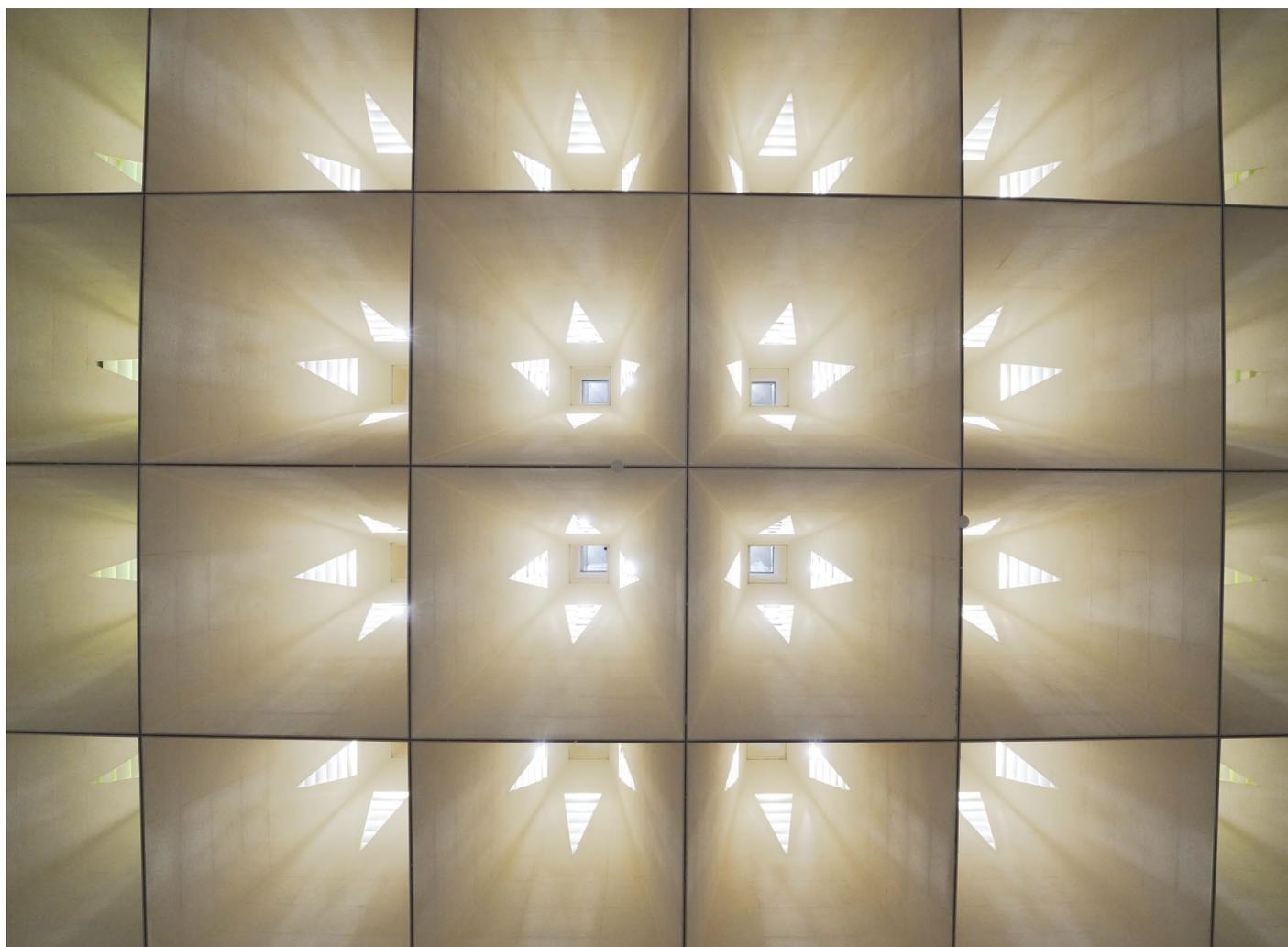
قياس علاقات المستثمرين

- أهداف الشركة
- مؤشرات الأداء الرئيسية المالية وغير المالية (KPIs)
- تحفيز فريق علاقات المستثمرين

ومن الضرورة بمكان أن تظل علاقات المستثمرين مواكبة دائماً، وأن تضمن وجود حلقة منتظمة لتلقي التعليقات والملاحظات، مع التدفق المناسب للمعلومات المدعومة بالمشاركة المستمرة. وإذا استخدمت تلك المعلومات بحكمة، فإنها قد توفر مدخلات لا تقدر بثمن في عملية صنع القرار الاستراتيجي من قبل مجلس الإدارة. ونظراً لأهمية علاقات المستثمرين، ينبغي النظر إليها باعتبارها استثماراً وليس مركزاً للتكلفة. وهناك في الواقع دراسات توضح الفائدة الإضافية لعلاقات المستثمرين الفعالة، بينما العكس صحيح في أن ضعف علاقات المستثمرين أو غيابها قد يسفر عن سعر سهم أقل نسبياً. ويمكننا النظر في مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs)، والمقاييس المالية وغير المالية، بالإضافة إلى مؤشرات القيمة المفيدة لعلاقات المستثمرين خلاف ذلك.

مؤشرات الأداء الرئيسية (KPI)

مسؤول علاقات المستثمرين	فريق علاقات المستثمرين	الشركة
<ul style="list-style-type: none"> بيانات صحفية (واقعية و دقيقة) على دراية بمجموعات أصحاب المصلحة ويستطيع إدارتها فهم نموذج أعمال الشركة وعملياتها ردود فعل السوق وملاحظاته ملاحظات مجلس الإدارة المصادقية توفير وقت الإدارة 	<ul style="list-style-type: none"> تحليل سجل الأسهم دراسات التصور / ملاحظات السوق عدد المحللين الذين يقومون بتغطية السهم عدد الاجتماعات السنوية الجوائز / الأوسمة سعر السهم مقابل أقرانه / السوق خطة واستراتيجية علاقات المستثمرين 	<ul style="list-style-type: none"> العائد على حقوق المساهمين (ROE) إجمالي عائد المساهمين إجمالي الأصول نسبة الدين إلى حقوق الملكية كفاءة رأس المال القيمة السوقية العائد الربحي التعويم الحر مشاركة أصحاب المصلحة السمعة

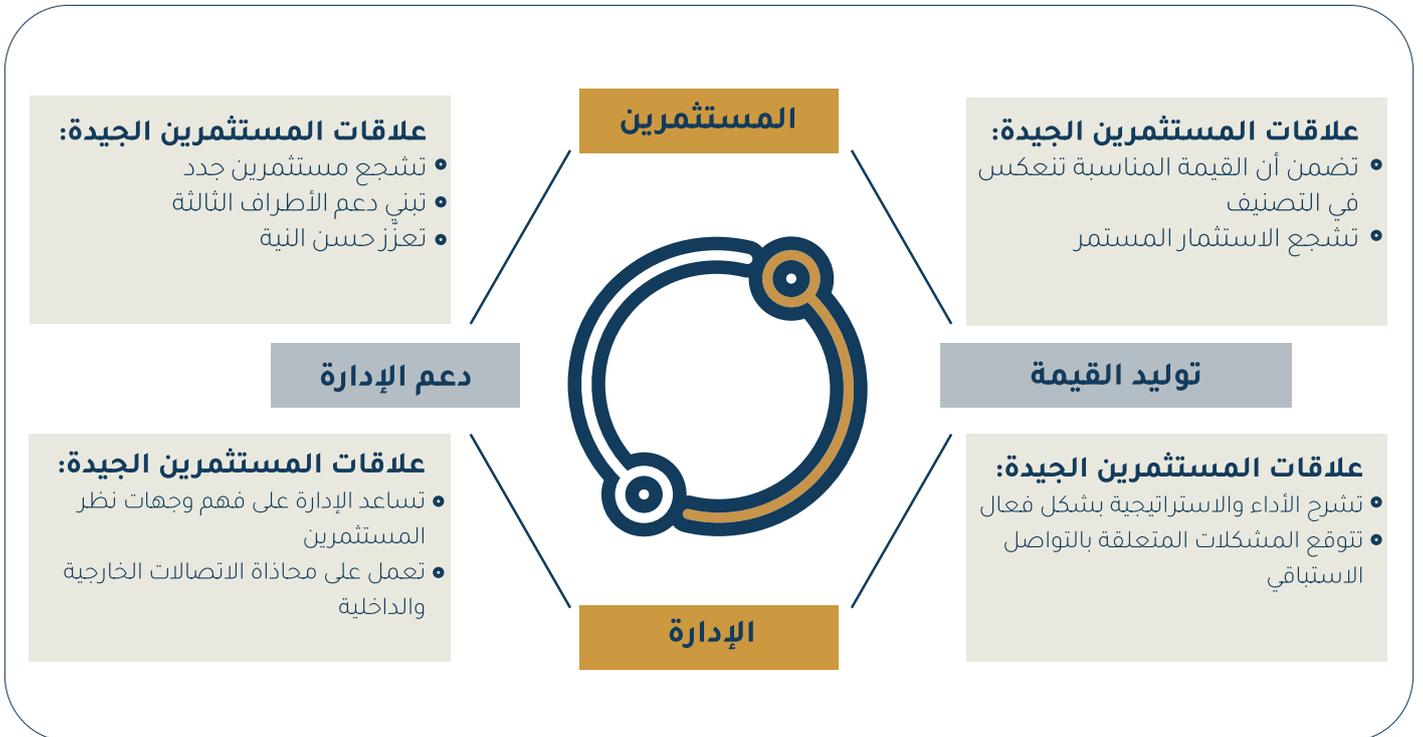


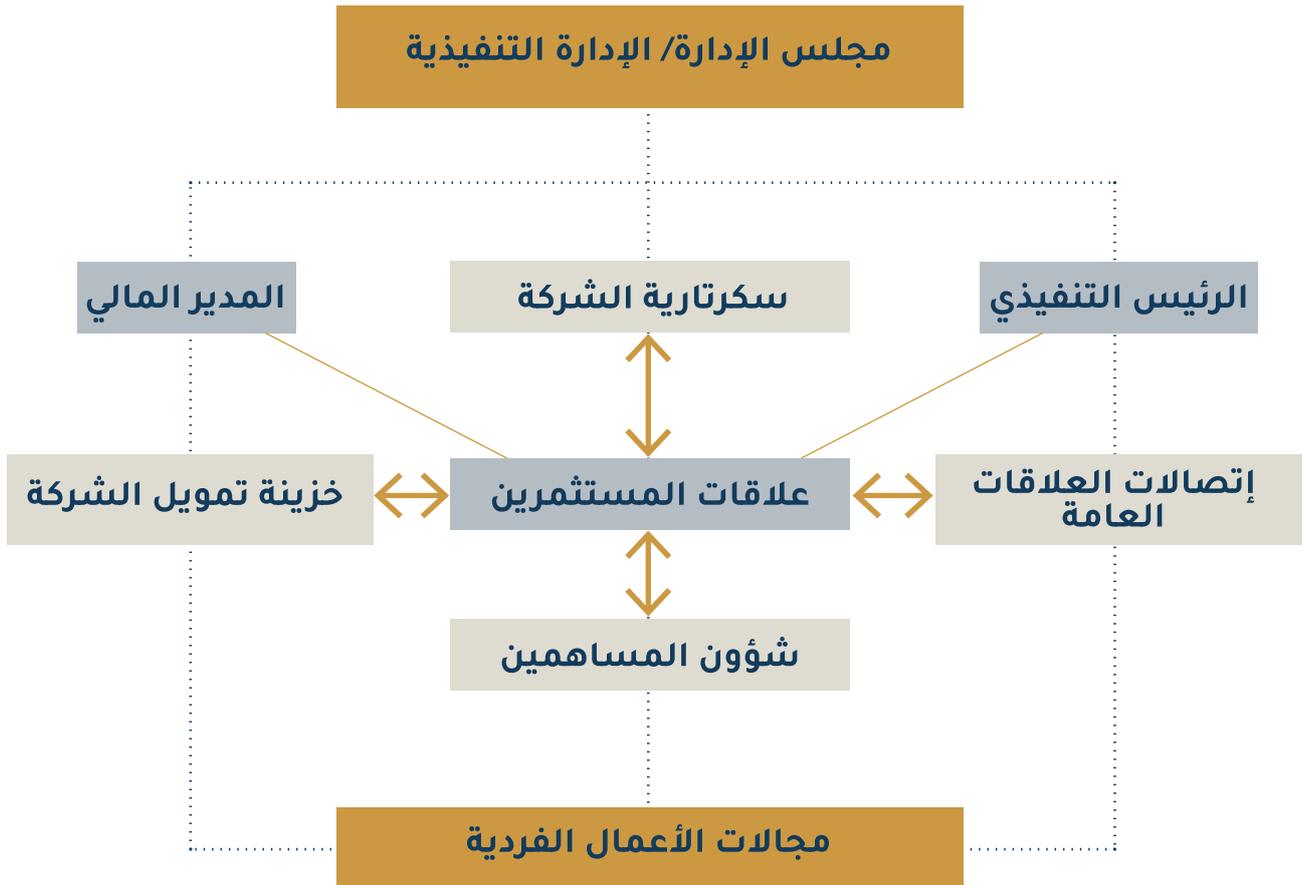
نتائج علاقات المستثمرين الفعالة

يتمثل الدور الرئيسي لعلاقات المستثمرين في إدارة اهتمامات و/أو توقعات تلك المجموعات، حيث يلزم للقيام بذلك أن تقوم إدارة علاقات المستثمرين بوضع إطار لأنشطة الاتصالات لضمان اطلاع مجتمع الاستثمار بشكل كامل على أداء الأعمال، بالإضافة إلى تحديد المشكلات المحتملة التي قد تؤثر على سمعة جهة الإصدار. وعلاوة على ذلك، تعمل علاقات المستثمرين على التأكيد على جودة العلاقة بين جهة الإصدار وأصحاب المصلحة من خلال المصداقية والثقة. وتعمل تلك الأنشطة مجتمعة على تحسين فهم العرض الاستثماري لجهة الإصدار. وفي المقابل، وبمرور الوقت، قد يؤدي ذلك إلى زيادة تقييم أسهم جهة الإصدار عن طريق جذب رأس المال، والحد من تقلبات أسعار الأسهم، وخفض تكاليف التمويل المحتملة.

قد تستهلك إدارة علاقات المستثمرين وقتاً طويلاً للغاية بالنسبة للعديد من جهات الإصدار ذات رؤوس الأموال المتوسطة والكبيرة، التي لديها سجلات مساهمين كبيرة ومتنوعة. ومن شأن مسؤول علاقات المستثمرين المتفرغ لهذا العمل أن يحدث فرقاً كبيراً للغاية، حيث يعمل كوكيل للرئيس التنفيذي والمدير المالي نظراً لضيق الوقت لديهما، علاوة على تيسير وتوجيه الحوار بين مجلس الإدارة ومجتمع الاستثمار. فمسؤول علاقات المستثمرين هو الأساس واجهة الشركة اليومية مع المساهمين من المؤسسات والأفراد، وحملة السندات، ومحلي الائتمان والأسهم، ووسائل الإعلام المالية، والبورصة، وبورصة الكويت، وهيئة أسواق المال باعتبارها الجهة التنظيمية.

قيمة علاقات المستثمرين





 تنسيق استراتيجية الاتصالات والرسائل
 خط الإبلاغ المباشر
 خط إبلاغ غير مباشر

تشتمل بعض المهام المحددة التي يتولاها مسؤول علاقات المستثمرين على ما يلي:



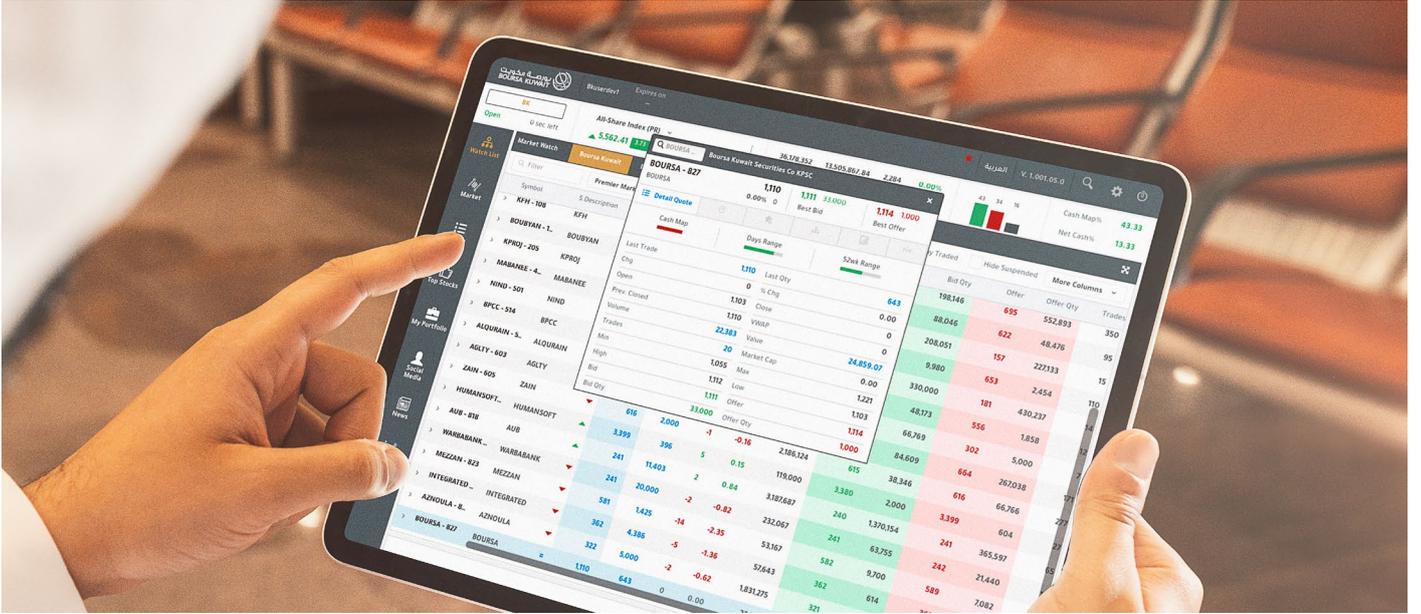
صياغة التقرير السنوي ودمج العوامل البيئية والاجتماعية وحوكمة ESG



تطوير بيانات التداول والعروض التقديمية الربع السنوية



استهداف المساهمين لزيادة قاعدة المستثمرين



مع مرور الوقت، ينبغي أن يكون التقييم السوقي الكامل والعاقل لجهة الإصدار هو الهدف الرئيسي لعلاقات المستثمرين الفعالة، وهو ما يتحقق من خلال خفض التكلفة المتصورة لرأس المال، والتي يُفترض أن تؤدي إلى تسهيل جمع رأس المال من خلال أسواق الأسهم والديون في المستقبل، أو القيام بعملية استحواذ باستخدام أسهم جهة الإصدار كعملة.

قد تحقق علاقات المستثمرين الاستقرار في سعر السهم، ومن ثم تراجع التقلبات إلى الحد الأدنى وتوفير قدر أكبر من القدرة على التنبؤ بتقييم جهة الإصدار كأساس للتخطيط الاستراتيجي، لا سيما في ظل ظروف السوق الصعبة. بوسع علاقات المستثمرين أيضاً دعم الاستقرار في قاعدة المساهمين، مما يعني دعم استراتيجية جهة الإصدار من قبل مجموعة مخصصة من المستثمرين الأساسيين خلال الأوقات الجيدة والأوقات الصعبة.

من شأن علاقات المستثمرين الفعالة خلق دائرة جيدة من التأثيرات، يؤدي اقتراح المستثمر المقنع والإيجابي والمتطور إلى تعزيز مستويات السيولة في السهم، مما يساعد على دعم تقييم السوق الكامل والعاقل بمرور الوقت. وفي نهاية المطاف، يمكن لعلاقات المستثمرين الناجحة أن توفر لجهة الإصدار إمكانية وصول أسهل وأرخص إلى رأس المال، ومن ثم تعزيز عرض المستثمر وتوسيع وترسيخ دعم المساهمين الأساسيين.



مجموعة قوية ومخصصة
من المستثمرين



مستوى معقول من
السيولة



وصول أسهل و أرخص
إلى رأس المال في
المستقبل



تقييم السوق العادل
والمُنصف

الوظيفة الإستراتيجية: تخطيط علاقات المستثمرين، والموارد، ومؤشرات الأداء الرئيسية KPIs

مجموعة أدوات علاقات المستثمرين لأفضل الممارسات

- قاعدة بيانات المساهمين وجهات اتصال المحليين، وغيرها.
- قاعدة بيانات معلومات الصناعة: المنافسون والاتجاهات.
- قاعدة بيانات معلومات أسواق رأس المال: سعر السهم والأحجام.
- قاعدة بيانات معلومات جهات الاتصال الداخلية: شركات المحفظة.
- قيمة المساهم/نموذج التحليل المالي/خطط العمل الإستراتيجية.
- دليل سياسة علاقات المستثمرين والأزمات.
- نموذج تقرير مجلس الإدارة لعلاقات المستثمرين.
- التدقيق المستقل لعلاقات المستثمرين: معنويات السوق وردود الفعل على المواد والموقع الإلكتروني.
- التقارير وغيرها.

بناء استراتيجية علاقات المستثمرين

- تطوير عملية وسياسة للتعامل مع تدفق المعلومات.
- تحديد الهدف الذي تريد تحقيقه، وكيف ستبدأ في تحقيقه، والأنشطة المحددة التي ستنفذها، وكيفية قياس التقدم والنجاح.
- تخضع العديد من الأنشطة للتقويم المالي الخاص بك، ولكن ينبغي أن يكون كل نشاط منها بمثابة خطوة نحو تحقيق أهدافك، والتي تدعم دورها أهداف الشركة.
- تنسيق الأنشطة عبر المجالات متعددة الوظائف: خطوط الأعمال والتمويل والتخطيط والاستراتيجية والتسويق والشؤون القانونية والسكرتارية بالشركة والموارد البشرية والاتصال المؤسسي.
- ضمان إرسال رسائل متسقة إلى الجماهير الداخلية والخارجية - من المسؤول عن ذلك؟
- الاستفادة من التكنولوجيا والبقاء على اطلاع على أحدث الممارسات - إضافة إمكانية علاقات المستثمرين الرقمية.

عندما تفكر جهات الإصدار في علاقات المستثمرين، فهم لا يفكرون بالضرورة في المنافسة على رأس المال الذي يشاركون فيه كشركات عامة مدرجة تعمل في أسواق رأس المال العامة. تتطلب المنافسة بنجاح أن تعتمد جهات الإصدار وجهة نظر استراتيجية لأعمالهم، وفي هذا الصدد، يمكن لعلاقات المستثمرين أن تلعب دوراً محمداً يضع علاقات المستثمرين كميزة تنافسية.

من الناحية المثالية، تبدأ علاقات المستثمرين مع الإدارة التنفيذية باعتبار ما يعنيه أن تكون الشركة شركة عامة، وما يعنيه أن يكون لديها مساهمون عامون، وما هي المسؤوليات التي يجب الوفاء بها. ومن المنطقي أن نطرح السؤال التالي: "لماذا نصبح شركة عامة؟"، بدءاً بتحديد أهداف العمل ووضع خطة لتحقيقها بمرور الوقت. تعد علاقات المستثمرين جزءاً من هذا التفكير، وقد تحدث اختلافاً كبيراً في مخاطبة المساهمين وخلافهم من أصحاب المصلحة ممن يعينهم نجاح الأعمال.



تعد ميزانية علاقات المستثمرين السنوية عنصراً مهماً في أي برنامج ناجح لعلاقات المستثمرين، على أن تتناول تلك الميزانية متطلبات إعداد التقارير القانونية للشركة، بما في ذلك إصدار التقرير السنوي والاجتماع السنوي للجمعية العمومية، باعتبارهما أهم نشاطين متعلقين بعلاقات المستثمرين. كما ينبغي أن تنظر ميزانية علاقات المستثمرين في كيفية الحصول على أفضل النتائج من فريق علاقات المستثمرين، بما في ذلك تقديم سيناريو علاقات المستثمرين إلى السوق. باختصار، يمكن لمؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لعلاقات المستثمرين أن تناسب جهة الإصدار في أي مرحلة من دورة حياتها، ويمكن تطويرها بمرور الوقت، تماماً كما تتطور أهداف جهة الإصدار بمرور الوقت.

وليس من قبيل الصدفة أن يسلط قانون الشركات الكويتي الضوء على أهمية دور مجلس الإدارة في تحقيق النجاح لجميع أصحاب المصلحة. يشتمل الحصول على ترخيص العمل على موظفين وعملاء وموردين ومجتمع الاستثمار والجمهور بشكل عام. ولقد أصبح دور الحكومة هذا أكثر أهمية، وبرز بشكل أكبر، في عالم متصل يدرك بشكل متزايد أن الأعمال التجارية تدين بنجاحها لمجموعة أوسع من أصحاب المصلحة، سواء كان ذلك عند النظر في العوامل البيئية أو الاجتماعية، أو عوامل الحكومة التي تشكل الأعمال التجارية الناجحة في بيئة التشغيل اليوم.

وباعتبارها وظيفة استراتيجية، تُعد علاقات المستثمرين ضرورية لهذا النهج وينبغي أن يكون لها دوراً استراتيجياً في تفكير وتخطيط مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية لدى جهة الإصدار. وبناء على ذلك، يمكن النظر إلى علاقات المستثمرين، بل وينبغي وضعها، باعتبارها جزءاً لا يتجزأ من مسؤولية الشركات لضمان نجاح الأعمال لجميع أصحاب المصلحة.

كيف نحقق النجاح وما هو دور علاقات المستثمرين في هذه العملية التجارية المهمة؟ يتطلب التخطيط أهدافاً واضحة، وأدواراً جلية، وخطوط رؤية واضحة بمرور الوقت، إلى جانب الموارد اللازمة لتحقيق النجاح. من الناحية المثالية، بمجرد تحديد أهداف الشركة، يمكن لمؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لعلاقات المستثمرين اتباع نهج التفكير ذاك، ويمكن لعلاقات المستثمرين تطوير المقاييس التي يمكن لمجلس الإدارة والإدارة التنفيذية استخدامها لقياس التقدم المحرز في تحقيق أهداف العمل بمرور الوقت.

التسلسل الإداري



العمل مع مجلس الإدارة

- يعد التزام مجلس الإدارة بعلاقات المستثمرين مسألة حيوية.
- التسلسل الإداري من الرئيس التنفيذي أو المدير المالي.
- علاقة عمل وثيقة مع سكرتارية الشركة و فريق الاتصالات المؤسسية.
- توفير معلومات السوق وتصورات المستثمرين وتقارير مجلس الإدارة بانتظام.
- إشراك رئيس مجلس الإدارة والمدراء غير التنفيذيين ذوي الصلة في برنامج علاقات المستثمرين.
- إعداد العرض التقديمي الرسمي لمجلس الإدارة وجانب البيع/الوسطاء وغيرهم من مستشاري علاقات المستثمرين، حسب الاقتضاء، على الأقل سنوياً.
- تقديم المشورة وتزويد مجلس الإدارة وإدارة التنفيذية بمعلومات للتفكير الاستراتيجي.

تشير استطلاعات جمعية علاقات المستثمرين في الشرق الأوسط (MEIRA) إلى أن التسلسل الإداري الأكثر شيوعاً هو الذي ينتهي بالمدير المالي. وغالباً ما يُنظر إلى علاقات المستثمرين في المقام الأول باعتبارها وظيفة مالية. وهناك تسلسلات إدارية أخرى، والتي يمكن تطويرها بمرور الوقت حسب الحاجة. في جميع الأحوال، من الأهمية بمكان أن تعتمد تسلسلاً إدارياً يأخذ في الاعتبار أيضاً التحديثات المنتظمة لمجلس الإدارة، نظراً لدور المجلس في الحوكمة والإشراف على الأعمال.

يعد التسلسل الإداري لأي دور أمراً مهماً وقد يحدث فرقاً في نجاحه. بالنسبة لعلاقات المستثمرين، يعتمد الأمر إلى حد كبير على مكان الشركة في دورة عمل إدارة علاقات المستثمرين، وما هي أهداف الشركة فيما يتعلق بأصحاب المصلحة. على سبيل المثال، عندما تبدأ جهة الإصدار عملها كشركة عامة، قد يكون الهدف ببساطة هو البدء بمورد مخصص لخدمات علاقات المستثمرين يمكنه التعلم أثناء العمل والبدء في أداء ذلك الدور فيما يتعلق بمخاطبة أصحاب المصلحة المهمين، بما في ذلك مجتمع الاستثمار. وبناءً على ذلك، من المنطقي أن يكون لديك مسؤول رفيع المستوى يعرف طبيعة العمل وما هو مطلوب له، بما في ذلك المطلوب من علاقات المستثمرين.

فريق علاقات المستثمرين الداخلي

تتأثر المهارات المطلوبة لمسؤول علاقات المستثمرين الكفؤ باعتباريات مختلفة، من بينها مدى تعرض الرئيس التنفيذي والمدير المالي لبرنامج علاقات المستثمرين في شركة عامة مدرجة، و تنوع سجل الأسهم، والمساهمين المستهدفين الذين لا تريد خسارتهم، والعمل الذي سوف يضطلع به مسؤول علاقات المستثمرين، والقطاع الذي تعمل فيه الشركة.

ثمة متطلبات عامة في السوق لتوفير مستويات أعلى من المعرفة المالية لدى مرشحي علاقات المستثمرين، وغالباً ما تبحث الشركات عن مؤهل مالي لدعم تلك المعرفة. وبينما تميل الصناعات الأكثر تنظيماً أو القطاعات المعقدة إلى تفضيل المرشحين ذوي الخبرة في قطاع بعينه (مثل الخدمات المالية أو التأمين أو الأدوية)، فإن معظم الشركات لا تعتمد على قطاع محدد.

وقد يكون من المفيد أيضاً فهم مكان تجمعات رأس المال العالمية وشبكة مدراء الصناديق الرئيسيين في الأسواق الدولية. في المقام الأول، يحتاج مسؤول علاقات المستثمرين أن يتحلى بشخصية رائعة مع الآخرين، ليس فقط ضمن التسلسل الإداري الذي يعمل ضمنه، ولكن أيضاً من حيث إشراك جميع فرق العمل ذات الصلة والتي تعرض معلومات الشركة، بالإضافة إلى الجماهير الخارجية المستهدفة.

من أين تبدأ الشركات؟ بشكل عام، يعتبر فهم البيانات المالية نقطة انطلاق مناسبة، مع إدراك أن التحليل المالي ليس سوى بداية لأي سيناريو استثماري. إن أكثر اساليب علاقات المستثمرين فعالية هي التي تأخذ البيانات المالية، ثم تبني السيناريو الخاص بها وتواصل تطويره مع تطوّر الأعمال بمرور الوقت. وبالطبع، يستغرق هذا بعض الوقت، ومن المفيد أن نبدأ ببعض الأهداف الواضحة، مالية وغير مالية، التي يمكن استخدامها في قياس التقدم المحرز.

والأهم من ذلك، بغض النظر عن مدى جودة البيانات المالية أو مدى قدرة عرض سيناريو الاستثمار على الإقناع، إن لم تصل إلى الجمهور المستهدف ولم يصدقها هذا الجمهور ولم يدعمها مع مرور الوقت، لن يكون لها أي أهمية. جدير بالذكر أن جهات الإصدار دائماً ما تتنافس على جذب الاهتمام، إن لم يكن على رأس المال، مما يعني ضرورة عرض الشركة لسيناريو الاستثمار، واستخلاص المواد والأجزاء الأكثر إفصاحاً، بشكل واضح ومتسق، مع الحرص على تطويره باستمرار استجابة لردود أفعال السوق. تتمتع أفضل فرق علاقات المستثمرين بمجموعة واسعة من المهارات التي تجمع بين نقاط القوة اللازمة لتنفيذ خطة علاقات المستثمرين بما يتوافق مع التوجه الاستراتيجي لمجلس الإدارة و الإدارة التنفيذية.

تشتمل الكفاءات الأساسية المطلوبة لعلاقات المستثمرين على المعرفة التجارية وإدارة البيانات والتحليل المالي والاتصالات والمعرفة السوقية والتنظيمية ومهارات العرض وإدارة العلاقات والتفكير الاستراتيجي.



الجمهور الداخلي لعلاقات المستثمرين

يتمحور جوهر علاقات المستثمرين حول المصداقية. يبدأ الأمر بكسب جمهورك الداخلي، من خطوط الأعمال وحتى مجلس الإدارة. إذا لم يكن لديك أي قيمة متصورة لتلك الجماهير الداخلية المهمة، سرعان ما سينخفض مستوى علاقات المستثمرين الخاصة بك، فأنت بحاجة إليهم وهم بحاجة إليك.

بمجرد إضفاء الطابع المؤسسي على علاقات المستثمرين، ينبغي النظر إليها باعتبارها دور استراتيجي يمكن إثبات قيمته بمرور الوقت وفقاً لمؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) والتي تتبع التقدم المحرز. ينبغي أن يشمل ذلك على تقديم تقارير منتظمة إلى مجلس الإدارة بغية إطلاع صناع القرار على عدة أمور مهمة، من بينها: من يملك الشركة، وما هي التغييرات التي تحدث في سجل الأسهم وأسبابها، وردود فعل السوق، بما في ذلك التغطية البحثية وأداء أسعار الأسهم مقارنة بالسوق والأقران، والدراسات التصورية المنتظمة حول كيفية وصول رسائل الشركة وما الذي يلزم إعادة النظر فيه، إن لم يكن تعديله، فيما يتعلق باستراتيجية العمل وتنفيذها. ويعد هذا كله جزءاً لا يتجزأ من علاقات المستثمرين الإستراتيجية، حيث آلية تلقي الملاحظات والتعليقات بين جهة الإصدار والسوق مسألة ضرورية.

مقدمة

- توصي فرق علاقات المستثمرين الرائدة بإضفاء الطابع المؤسسي على وظيفة علاقات المستثمرين باعتبارها دوراً استراتيجياً يدعم مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية، حيث ينبغي أن يؤدي تنفيذ إجراءات التشغيل القياسية إلى تحقيق الاتساق من خلال توحيد أسلوب تنفيذ أنشطة علاقات المستثمرين باستمرار.
- ويتمثل الغرض من إجراءات التشغيل القياسية في تحديد أسس وتوجيهات قوية لجميع الموظفين من خلال توضيح سياسات وإجراءات تعتبر مرجعاً لجميع الموظفين، بما في ذلك الإدارة التنفيذية. يضمن هذا بدوره تطبيق جميع العمليات والأنشطة المتعلقة بعلاقات المستثمرين بطريقة فعالة ومتسقة.
- ترويح الأعمال في مجتمع الاستثمار بناءً على الأهداف الإستراتيجية المحددة للشركة، مثل جذب المساهمين الاستراتيجيين و/أو بعيدي المدى، مع تنويع قاعدة المستثمرين والتركيز على المستثمرين المؤسسيين على المدى البعيد (سواء المحليين أو الأجانب) أو أي استراتيجيات أخرى متفق عليها.

الأهداف

- بحسب نموذج العمل، قد تشمل الأهداف الرئيسية لعلاقات المستثمرين على ما يلي:
- بناء علاقات مهنية دائمة مع المشاركين في سوق رأس المال، بما في ذلك المساهمين الحاليين والمحتملين، من خلال التواصل والتنسيق الاستباقي لضمان الوصول بشكل متساوي إلى المعلومات العامة عن الأعمال.
- خلق ممارسات اتصال متسقة وذات مصداقية تتوافق مع جميع اللوائح المعمول بها، بما في ذلك تلك الخاصة بهيئة أسواق المال وقانون الشركات الكويتي.

الأدوار والمسؤوليات

- قد تشمل المسؤوليات الرئيسية لعلاقات المستثمرين على ما يلي:
- تطوير وتنفيذ وإدارة برامج علاقات المستثمرين بالتنسيق مع وظائف الأعمال الأخرى.
- تقديم المشورة لمجلس الإدارة والرئيس التنفيذي بشأن الإدارة الفعالة للعلاقات مع أصحاب المصلحة في الشركة.
- إنشاء والحفاظ على العلاقات المهنية مع مجلس الإدارة والمساهمين والمستثمرين المحتملين والمحليين ووسائل الإعلام وأصحاب المصلحة الآخرين ذوي الصلة.
- مراجعة التقرير السنوي والوثائق الأخرى للتأكد من أن جميع المعلومات التي يمكن الكشف عنها متاحة للأطراف الخارجية ذات الصلة في الوقت المناسب وبطريقة دقيقة.
- تنظيم و/أو المشاركة في المؤتمرات والحملات الترويجية وتنسيق الأعمال التحضيرية للعروض التقديمية والمواد التسويقية بغية تعزيز صورة الشركة للمستثمرين الحاليين والمحتملين.
- تقديم ردود منظمة على الاستفسارات المثارة من خلال قنوات الاتصال ذات الصلة، في الوقت المناسب، وبطريقة دقيقة.
- التأكد من أن جميع المعلومات المنشورة على منصة علاقات المستثمرين، بما في ذلك الموقع الإلكتروني، متسقة ومُحدّثة.
- ضمان الامتثال للمواعيد النهائية الموضوعية للتسليمات المحددة، بما في ذلك مؤتمرات المحليين، والتقارير السنوية، والإعلانات، وغيرها، على النحو المطلوب من قبل الجهات الرقابية.
- ضمان التنسيق الأمثل لجميع الفرق الداعمة والإدارة لتلبية ومعالجة متطلبات واحتياجات مجتمع الاستثمار.
- إصدار التقارير الدقيقة في الوقت المناسب، مع ضمان الامتثال للمتطلبات التنظيمية ذات الصلة.
- وضع خطة لاستهداف مجموعات المستثمرين الذين يستوفون المواصفات الصحيحة وجذب اهتمامهم للاستثمار في الأعمال التجارية وفق المعايير المستهدفة.
- الاحتفاظ بالمساهمين الاستراتيجيين و/أو بعيدي المدى من خلال تلبية احتياجاتهم وإقائهم على علم بالأحداث الرئيسية التي يمكن الإفصاح عنها والحفاظ على مشاركتهم.
- يعد التنسيق بين الوظائف أمراً حيوياً للتنظيم الجيد لممارسات علاقات المستثمرين. على سبيل المثال، يعد التعاون مع الإدارات الأخرى داخل وخارج الوظيفة المالية مسألة ضرورية.
- لإثبات قيمة أعمال الشركة يجب على إدارة علاقات المستثمرين:
 - العمل على جذب مساهمين جدد، سواء كانوا مساهمين استراتيجيين و/أو بعيدي المدى.
 - تحقيق الانضباط والهيكلية لتوفير وقت الرئيس التنفيذي أو المدير المالي، مع إعطاء الأولوية للمنصات ذات الصلة، كالعروض الترويجية مثلاً.
 - تقديم التعليقات والملاحظات باستمرار للإدارة التنفيذية من المستثمرين والمحليين.
 - تقديم التحليلات ذات الصلة بالمساهمين من خلال المراقبة الدورية لسجل السهم، بما في ذلك تحركات التركيبة الجغرافية ونوع المستثمرين والمساهمات الخاصة بكل منهم.

عوامل نجاح علاقات المستثمرين

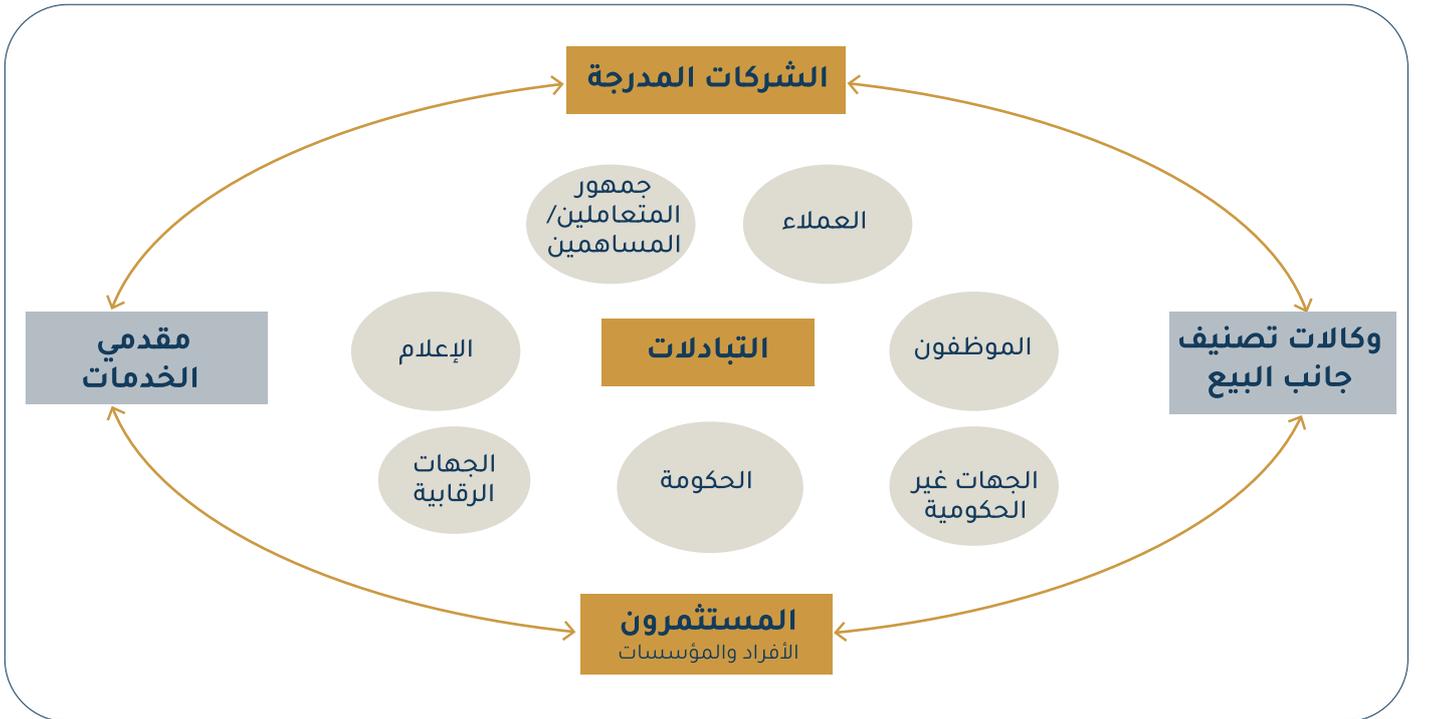
- لتمكين علاقات المستثمرين من أداء دور فعال وتحقيق النجاح، يلزم تزويد علاقات المستثمرين بالموارد الكافية لبناء علاقات قوية مع المساهمين والمستثمرين والمحليين. ينبغي أن تضطلع علاقات المستثمرين بدور جهة الاتصال مزدوجة الاتجاه من خلال العمل كصوت لما يلي:
- الشركة لمجتمع الاستثمار؛ و
- مجتمع الاستثمار لمجلس الإدارة والإدارة التنفيذية.
- بالتنسيق مع الرئيس التنفيذي أو المدير المالي، تعمل إدارة علاقات المستثمرين على وضع وتنفيذ خطة فعالة ودعم الأنشطة التي يمكن أن تركز على ما يلي، على سبيل المثال:
- وضع جدول زمني شامل للخطط والأنشطة التي تهدف إلى تحقيق الأهداف والغايات المتفق عليها.
- قد تشمل الموضوعات الرئيسية التي يمكن تقديمها كتعليقات للسوق والمستثمرين على ما يلي دون حصر:
- نصائح حول تحركات المستثمرين وأنشطتهم، والأسئلة المتكررة.
- سيولة تداول الأسهم.
- إشراك المساهمين، بما في ذلك الشركات الاستشارية بالوكالة.
- التغييرات التنظيمية الأخيرة وتأثيرها على علاقات المستثمرين.

الجمهور الخارجي لعلاقات المستثمرين

بشكل عام، يُعتبر دور علاقات المستثمرين دورًا موجّهًا للخارج. وفيما يتعلق بمجتمع المستثمرين، فإن علاقات المستثمرين تلعب دورًا حيويًا، لكنها لا تستطيع القيام بمهامها بفعالية إلا إذا كان الجمهور الداخلي على دراية تامة، ويفهم، ويدعم دورها الاستراتيجي.

شأن أي نظام بيئي معقد، يُعد مجتمع الاستثمار واسع النطاق، ويعتبر التنقل فيه بمثابة اختبار لا تستطيع علاقات المستثمرين اجتيازه بمفردها. علاوة على دعم مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية، ينبغي أن تدرك علاقات المستثمرين التركيبية الكاملة للسوق والجمهور المستهدف الأساسي وجميع الوسطاء الداعمين واللاعبين الآخرين الذين يشكلون بيئة تشغيلية وتنظيمية ديناميكية. في نهاية المطاف، هذا هو ما يجذب الناس إلى علاقات المستثمرين ويجعل دورها صعباً ويجب القيام به بشكل فعال كل يوم. وكثيراً ما يُقال إنه لا يوجد يوم يشبه الآخر في عالم علاقات المستثمرين نظراً للطريقة التي تتفاعل بها الأسواق مع العوامل الخارجية وكيف ينبغي على علاقات المستثمرين أن تستجيب لمحاولة فهم كل هذا نيابة عن مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية.

النظام البيئي للسوق: أصحاب المصلحة في مجال علاقات المستثمرين



تلعب جهات الاستثمار المؤسسية دوراً محورياً في أسواق رأس المال في معظم البلدان المتقدمة. وقد تتخذ جهات الاستثمار المؤسسية تلك شكل صناديق التقاعد، وصناديق الاستثمار المشتركة، وشركات التأمين، وصناديق الثروة السيادية. وبشكل عام، تعد صناديق التقاعد وصناديق الثروة السيادية أكبر أدوات الاستثمار في أسواق دول مجلس التعاون الخليجي، تليها صناديق الاستثمار المشتركة وصناديق التأمين، بينما تتألف الأنواع المتبقية من الصناديق من صناديق الثروة الخاصة أو المكاتب العائلية. بالإضافة إلى مجموعة متنوعة من مدراء الأصول البديلة، مثل صناديق التحوط والأسهم الخاصة.

من منظور علاقات المستثمرين، من الأهمية بمكان تقدير هيكل ملكية جهة الإصدار لاستهداف المستثمرين الذين يتناسبون بشكل أفضل مع سيناريو الاستثمار الذي تروج له، مع إقرار أن جميع المستثمرين يحق لهم الحصول على نفس المعلومات في الأسواق العامة. وهناك بالطبع إيجابيات وسلبيات لكلا النوعين من المستثمرين الرئيسيين: المؤسسات والأفراد، بما في ذلك كيفية التواصل معهم. واليوم، مع وجود جيل جديد من المستثمرين المتمرسين في مجال التكنولوجيا، من الضروري استخدام جميع المنصات والقنوات المتاحة لجمهورك، وبعد تحديد أفضل المستثمرين لسجل المساهمين لديك، يتمثل دور علاقات المستثمرين المهم في بناء العلاقات مع قاعدة المساهمين وأي مستثمرين مستهدفين آخرين.

أصحاب المصلحة الآخرين

لا شك في أهمية أسواق الأوراق المالية والجهات التنظيمية كأصحاب مصلحة بالنسبة لعلاقات المستثمرين. تتمتع أسواق المال عموماً بنقاط اتصال مفيدة لجميع جهات الإصدار. ومن ثم، ينبغي لممثل علاقات المستثمرين معرفة من يجب الاتصال به إذا لزم الأمر، وأن يحافظ على علاقة عمل جيدة فيما يتعلق بالإفصاحات والالتزامات المستمرة للشركات المدرجة، الأمر الذي قد يتطلب التوضيح أحياناً بالقدر المطلوب وفقاً لقواعد الإدراج¹.

الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية والبيئية (ESG)

نشرت **بورصة الكويت** دليلها الخاص لإعداد تقارير الحوكمة والمسؤولية البيئية والاجتماعية (ESG) استناداً إلى أهداف الأمم المتحدة للتنمية المستدامة (SDGs).

تعتبر الاستدامة مسألة ذات طبيعة فريدة لكل شركة بناءً على نموذج أعمالها والقطاع الذي تعمل به. يمكن لجهات الإصدار المدرجة أن تبدأ بالاستفادة من هذا الدليل واستكشاف أطر أو إرشادات شاملة لإعداد التقارير أو المبادئ التوجيهية، مثل مبادرة إعداد التقارير العالمية (GRI) أو إطار إعداد التقارير المتكامل.

وهناك تقسيم أساسي في أنماط الاستثمار بين المستثمرين النشطين والمستثمرين غير النشطين. يتخذ المستثمرون النشطون قرارات استثمارية بناءً على التحليل والحكم، فهم يتطلعون إلى التفوق على السوق من خلال انخفاض/زيادة الوزن في القطاعات والأسهم. أما المستثمرون غير النشطين (المعروفون أيضاً بمستثمري المؤشر أو المتتبعين) فيسعون إلى مطابقة أداء مؤشر الأسهم، مع الحفاظ على تكاليف التداول عند الحد الأدنى، وهو الأمر الذي يمكن تحقيقه من خلال الاحتفاظ بمحفظة من الأسهم التي يتألف منها المؤشر بنفس نسبة المؤشر الوزني. وتتزايد شعبية الاستثمار السلبي، خاصة في شكل الصناديق المتداولة في البورصة (ETFs)، لأنها تبدو أسهل للمستثمرين بينما رسوم المدراء النشطين أعلى بشكل عام.

بالنسبة لعلاقات المستثمرين، من المحتمل أن تكون قاعدة المستثمرين ضخمة وواسعة النطاق ويتعين فهمها. وتشكل جهات الاستثمار المؤسسية غالبية تلك القاعدة من حيث القيمة، وهم مدراء الأموال الذين يعملون نيابة عن المؤسسات الأخرى والمستثمرين الآخرين. وبشكل عام، تتألف جهات الاستثمار المؤسسية من كبار المستثمرين الذين يديرون أموالنا، بما في ذلك (دون حصر) معاشات التقاعد، والمدخرات الأخرى، وأقساط التأمين. وقد استمر اتجاه التوحيد في صناعة إدارة الصناديق في العقدين الماضيين بالابتعاد عن الاستثمار النشط والاتجاه إلى زيادة استخدام صناديق المؤشرات وغيرها من أدوات الاستثمار غير النشطة التي ركزت الاستثمارات في أيدي المؤسسات بشكل فعال، بما في ذلك نيابة عن مستثمري التجربة.

وبينما قد يكون عدد المستثمرين الأفراد كبيراً، يميل عنصر مستثمري التجربة إلى أن يكون صغيراً نسبياً مقارنة بالجزء المؤسسي من المساهمين. وفي الوقت ذاته، قد يتراوح مستثمرو التجربة من حصص فردية صغيرة جداً إلى أموال العملاء الخاصة التي تديرها مؤسسات أخرى. وتدار الحيازات الأكبر للأفراد الأكثر ثراءً بشكل عام من قبل البنوك الخاصة أو المكاتب العائلية، وقد تكون حصص تلك الأخيرة كبيرة الحجم. ولا شك في أن الوقت الذي تستهلكه إدارة علاقات المستثمرين في معرفة ما إذا كان هؤلاء المستثمرون يناسبون سيناريو استثمارك وتحديد أفضل السبل لاستهدافهم، بما في ذلك من خلال الوسطاء الذين قد يعرفونهم أو يمثلونهم، مثل البنوك الخاصة والوسطاء المتخصصين، هو وقت مستهلك في محله.

في الأسواق الناشئة والنامية، يمثل سوق التجربة بشكل عام نسبة أكبر وأكثر نشاطاً من إجمالي حجم السوق. يرجع ذلك إلى عوامل عديدة، بدءاً من هيكل الملكية السائدة إلى ثقافة الأسهم الناشئة في بعض الأسواق، على سبيل المثال لا الحصر. في الوقت ذاته، عملت مبادرات أخرى مثل برامج الخصخصة على تعزيز ثقافة الأسهم المتنامية بين الجمهور العام، ما أدى إلى توسيع نطاق ملكية الأسهم من قبل المستثمرين الأفراد في بعض الأسواق.

التقرير المتكامل

يهدف التقرير المتكامل إلى توفير نظرة ثاقبة للموارد والعلاقات المستخدمة والمتأثرة من قبل أي مؤسسة، حيث الغرض الأساسي من التقرير المتكامل هو أن يشرح لمقدمي رأس المال المالي كيف تنشئ المؤسسة القيمة بمرور الوقت. ويمكن إعداد تقرير متكامل استجابة لمتطلبات الامتثال الحالية، ويمكن أن يكون تقريراً مستقلاً أو أن يتم تضمينه كجزء مميز من تقرير آخر. فهو بمثابة رسالة موجزة حول كيفية خلق قيمة على المدى القريب والمتوسط والبعيد من خلال استراتيجية المؤسسة وحوكمتها وأدائها وأفاقها المستقبلية.

وفي حال اختارت الشركة إعداد ونشر المعلومات حول استدامتها بأي نماذج التقرير المشار إليها فيجب عليها عندئذ الالتزام بالتعليمات الصادرة بهذا الشأن سواءً في اللائحة التنفيذية لهيئة أسواق المال أو قواعد البورصة.

تنظر القضايا البيئية في كيفية قيام الشركة بتخفيف الأثر البيئي لعملياتها التجارية، بينما تهتم القضايا الاجتماعية بكيفية إدارة الشركة لعلاقاتها مع موظفيها وعملائها ومورديها والمجتمعات التي تعمل بها. أما الحوكمة فتتعامل مع قيادة الشركة وعمليات التدقيق والضوابط الداخلية وحقوق المساهمين والمكافآت التنفيذية.

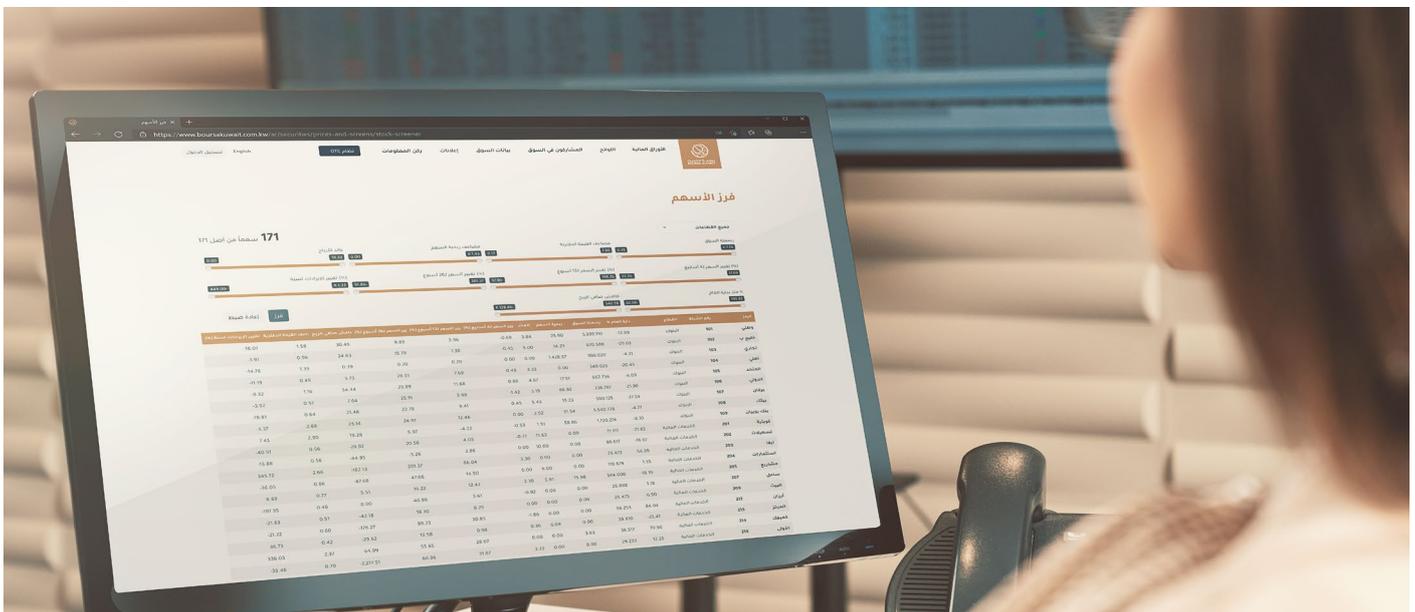
ونظراً لاهتمام المستثمرين المتزايد بالمسائل البيئية والاجتماعية والحوكمة، تنظر علاقات المستثمرين في الأمور الجوهرية وذات الصلة، المتضمنة في سيناريو الاستثمار الخاص بالشركة. ولذا، من المنطقي العمل عبر الوظائف الرئيسية الأخرى في الأعمال لتطوير نهج أكثر تكاملاً لإعداد تقارير الحوكمة والمسؤولية البيئية والاجتماعية.

التقرير السنوي

يجوز للشركات دمج قضايا الحوكمة والمسؤولية البيئية والاجتماعية في تقاريرها السنوية بهدف الجمع بين الإفصاحات ذات الصلة بتلك القضايا والمعلومات المالية حول الشركة.

تقرير الاستدامة

يحظى تقرير الاستدامة المستقل بتفضيل متزايد من قبل الشركات، حيث يوفر المحتوى الموحد لمعايير الحوكمة والمسؤولية البيئية والاجتماعية للشركة في تقرير واحد، علاوة على تناول احتياجات المستثمرين من المعلومات ذات الصلة، من بين أصحاب المصلحة الآخرين.



سياق علاقات المستثمرين: البيئة التشغيلية والتنظيمية

مقدمة

من الأهمية بمكان أن تدرك جهات الإصدار العاملة في أسواق رأس المال العامة سياق المتطلبات التنظيمية التي تعمل فيها، وعليها أن تُقدر المسؤولية التي تقع على عاتقها كونها واحدة من الشركات العامة المُدرجة. علاوةً على ذلك، يستهدف الامتثال للوائح التنفيذية لهيئة أسواق المال وكتاب قواعد **بورصة الكويت**، بما في ذلك القواعد واللوائح المتعلقة بعلاقات المستثمرين، وأي بيئة تنظيمية أخرى تحمل الشركات العامة ترخيصاً للعمل بها، يعد امراً ضرورياً لجهات الإصدار الباحثين عن رأس المال والمستثمرين الباحثين عن استثمارات.

تلعب الجهات المنظمة لسوق رأس المال والبورصات، بما في ذلك هيئة أسواق المال و**بورصة الكويت**، دوراً مهماً في ضمان أداء السوق على نحو يخدم جميع المشاركين في السوق، ومن بينهم جهات الإصدار والمستثمرين. وتنطبق المبادئ الأساسية التي تحكم أسواق رأس المال العامة أينما يبحث المستثمرون عن فرص الاستثمار، وإن كانت هناك دائماً قواعد ولوائح وممارسات محلية يلزم استيعابها واحترامها.

العدالة هي المبدأ الذي يهيمن على السوق، إذ أننا نتعامل مع أموال الآخرين، مما يؤكد مدى أهمية سلوكيات السوق وإعداد التقارير وتقديمها إلى السوق لضمان أننا جميعاً نتصرف على النحو السليم. ومن وجهة نظر إدارة علاقات المستثمرين، يتعين علينا أن نحرص على تزويد السوق بمعلومات عن كل ما هو جديد في جميع الأوقات من خلال الإفصاح عن المعلومات في الوقت المناسب، وفقاً للمتطلبات القانونية لإعداد التقارير.

بوضع ذلك في الاعتبار، من المنصف القول بأن الهدف العام للبيئة التنظيمية هو ضمان الثقة في الأسواق المالية، إذ أن افتقار الأسواق المالية إلى الثقة يجعل جهات الإصدار والمستثمرين يعزفون عن المشاركة في الأسواق المالية، نظراً لأن جميع الشركات والمستثمرين يتمتعون بحرية اختيار مكان ممارسة الأعمال التجارية. وبناءً على ذلك، أصبحت المهمة الأكثر أهمية للجهات التنظيمية هي الحفاظ على أقصى قدر من الثقة في أسواقها، وتتزايد أهمية هذا الأمر في أوقات عدم اليقين من أحوال السوق، وتحديدًا عندما تتطلع جهات الإصدار والمستثمرون، فضلاً عن أصحاب المصلحة الآخرين، إلى الأسواق العامة بحثاً عن دلالات حول سلامة كافة القطاعات الاقتصادية. وتخدم الأسواق بعض الأغراض المجدية، ومن بينها أنها تقوم بدور مؤشرات أسعار للأسهم وفئات الأصول الأخرى.

يمكن تقسيم البيئة التنظيمية بشكل عام إلى ثمان فئات رئيسية تشمل، من بين فئاتٍ أخرى، الفئات التالية:

- قانون الشركات
- قواعد الإدراج
- قواعد السوق
- سلوكيات السوق
- طرح الأوراق المالية والالتزامات المستمرة
- إعداد التقارير الدورية وتقديمها
- حوكمة الشركات
- تقارير الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية والبيئية

دور الجهة التنظيمية

في الكويت، تعد هيئة أسواق المال هي الجهة المنظمة لجميع الشركات المدرجة في **بورصة الكويت** والشركات المرخصة لممارسة أنشطة الأوراق المالية التي نصت عليها المادة (2-1) من الكتاب الخامس "أنشطة الأوراق المالية والأشخاص المسجلون" من اللائحة التنفيذية لهيئة أسواق المال.

يتمثل الهدف الرئيسي لجهات تشغيل البورصة والأسواق المالية في تعزيز:

- ضمان العدالة والشفافية والكفاءة
- الوصول العادل إلى مرافق السوق والمعلومات المفصّل عنها
- توفير بيانات السوق بمقابل مناسب وفي الوقت الملائم
- التنظيم الفعال لأعضائها

يتعين أن يكون مسؤول علاقات المستثمرين على دراية بالقوانين واللوائح المتعلقة بأسواق رأس المال في الكويت، بالإضافة إلى أي دولة أخرى يتم فيها إدراج الشركة في أكثر من ورقة أو سوق مالية.

وتهدف هيئة أسواق المال إلى تحقيق ما يلي:

- تنظيم نشاط الأوراق المالية بما يتسم بالعدالة والتنافسية والشفافية
- تنمية أسواق المال وتنويع وتطوير أدواتها الاستثمارية، مع السعي للتوافق مع أفضل الممارسات العالمية
- توفير حماية المتعاملين في نشاط الأوراق المالية
- تقليل الأخطار النمطية المتوقع حدوثها في نشاط الأوراق المالية
- تطبيق سياسة الإفصاح الكامل بما يحقق العدالة والشفافية ويمنع تعارض المصالح واستغلال المعلومات الداخلية
- العمل على ضمان الالتزام بالقوانين واللوائح ذات العلاقة بنشاط الأوراق المالية
- توعية الجمهور بنشاط الأوراق المالية والمنافع والمخاطر والالتزامات المرتبطة بالاستثمار في الأوراق المالية وتشجيع تنميته



قواعد الإدراج

تضطلع **بورصة الكويت** بمسؤولية ضمان امتثال جميع الشركات المدرجة لكتاب قواعد **بورصة الكويت** واللوائح التنفيذية لهيئة أسواق المال. عندما تصبح الشركة عامة، فإنها تخضع لقواعد الإدراج الواردة في الفصل السابع من كتاب القواعد والكتاب الثاني عشر "قواعد الإدراج" واللوائح التنفيذية لهيئة أسواق المال.

تتضمن مبادئ السوق الرئيسية:

- اتخاذ الشركات المدرجة خطواتٍ مقبولة للتأكد من أن أعضاء مجلس إدارتها، وغيرهم من الأشخاص المعنيين بقواعد الإدراج المذكورة على دراية بمسؤولياتهم والتزاماتهم كأعضاء في مجلس الإدارة وفقاً لمبادئ حوكمة الشركات.
- اتخاذ الشركات المدرجة خطواتٍ مقبولة لوضع الإجراءات والأنظمة والضوابط الكافية لتمكينها من الامتثال لالتزاماتها والحفاظ على تنفيذ تلك الإجراءات.
- تتصرف الشركات المدرجة بنزاهة تجاه حاملي أوراقها المالية المدرجة الحاليين والمحتملين.
- يجب على الشركات المدرجة نقل المعلومات إلى حملة أوراقها المالية المدرجة وحملتها المحتملين بطريقة تمنع إنشاء أو استمرار سوق زائفة لأوراقها المالية المدرجة.
- تأكد الشركات المدرجة من أنها تعامل جميع حملة نفس الفئة من الأوراق المالية المدرجة، والذين هم في نفس الوضع على قدم المساواة، فيما يتعلق بالحقوق المرتبطة بتلك الأوراق المالية.
- يتعين على الشركات المدرجة الرد على الجهة التنظيمية بطريقة منفتحة وتعاونية.

سلوكيات السوق

لوائح سلوكيات السوق

تحدد لوائح سلوكيات السوق السلوك المتوقع من جميع المشاركين في السوق لضمان حسن سير العمل في السوق.

على المشاركين في السوق عدم الانخراط وحدهم أو مع آخرين في أي ممارسات من شأنها خلق نشاط زائف أو مضلل في السوق. ومن أمثلة هذه الممارسات على سبيل المثال لا الحصر: نشر معلومات كاذبة، والتعاون بين المشتريين والبائعين للتأثير على أسعار الأسهم، والانخراط في أوامر الشراء القائمة على التلاعب.

لا مناص من أن يدرك جميع مسؤولي علاقات المستثمرين المتطلبات التنظيمية، وأن يكونوا على دراية تامة باللوائح الدقيقة، التي تتضمن (دون حصر) حوكمة تداول الأشخاص الرئيسيين (المعروفة أيضاً باسم "تداول داخلي") والتلاعب بالسوق في الأسواق التي يتم تداول أسهم الشركة فيها. ومن الأركان الرئيسية لوظيفة علاقات المستثمرين، إدارة عملية نشر المعلومات كجزء من برنامج علاقات المستثمرين.

الإفصاح

الإفصاح التنظيمي

الإفصاح

للحفاظ على عدالة وشفافية الأسواق، يتوجب على الشركة أن تقي المستثمرين على اطلاع دائم بأعمالها وأنشطتها، وبالتالي ينبغي من ادارة علاقات المستثمرين تحديد البنود الواجب الإفصاح عنها، والتأكد من أن كافة موظفي الشركة على دراية وفهم لتلك البنود.

يتعين أن تتأكد إدارة علاقات المستثمرين من إطلاع الجمهور على المعلومات الواجب الإفصاح بها المتعلقة بالسوق والشركة دون أي تأخير غير مبرر عبر قنوات الاتصال المناسبة، بدءاً من القنوات الخاصة **ببورصة الكويت**. بالنسبة للإفصاح عن المعلومات المالية، يتعين أن تتأكد إدارة علاقات المستثمرين من الاتصال بالجمهور على نحو يتماشى مع تقييم الشركة المعتمد، بينما في الظروف غير العادية، مثل أحد التطورات الجديدة في الشركة، يتعين أن يتم الإفصاح في الوقت المناسب من خلال موقع **بورصة الكويت**.

مؤتمرات المحللين

تقوم الشركة المدرجة بالسوق "الأول" بالإفصاح قبل جلسة التداول عن نتائج مؤتمر المحللين من خلال إرفاق العرض التقديمي الذي تمت مشاركته خلال المؤتمر.

تلتزم الشركة بعقد مؤتمر للمحللين بشكل ربع سنوي خلال خمسة (5) أيام عمل بعد الإفصاح عن البيانات المالية المرحلية و/أو السنوية بعد موافقة مجلس الإدارة، على أن يتضمن الإفصاح عن البيانات المالية تاريخ انعقاد مؤتمر المحللين المقترح، والذي سيتم خلاله مشاركة العرض التقديمي للمؤتمر. وتلتزم الشركة بنشر محضر المؤتمر باللغتين العربية والإنجليزية على موقعها الإلكتروني خلال ثلاثة (3) أيام عمل من تاريخ انعقاد المؤتمر كما هو مبين في البند 3 من المادة 4-8-2 في الفصل 8 من كتاب قواعد **بورصة الكويت**.

عند انتهاء مؤتمر المحللين، تلتزم الشركة بالإفصاح عما إذا كان تم الإفصاح عن معلومات جوهرية أثناء المؤتمر من عدمه، وإرفاق العرض التقديمي للمؤتمر.

على الرغم من أن الإفصاح التنظيمي هو أحد مسؤوليات إدارة الالتزام الرقابي، إلا أنه من المهم أن تكون إدارة علاقات المستثمرين على علم ودراية باستخدام البوابة الرسمية للإفصاح. حيث تعتبر هذه القناة دائماً الأولوية الأولى لنشر أي إعلانات أو إفصاحات أو تقارير أخرى تقدمها الشركة، لأنها هي المكان الذي يتوجه إليه المستثمرون وأصحاب المصلحة الآخرون أولاً للحصول على المعلومات المفصّح عنها.

علاوة على ذلك هناك بالطبع قنوات ومنصات اتصال أخرى يُمكن أن تستخدمها إدارة علاقات المستثمرين، ومن بينها وسائل التواصل الاجتماعي على سبيل المثال. القاعدة الذهبية لعلاقات المستثمرين هي أنه بمجرد مشاركة المعلومات بشكل رسمي وصحيح عبر بوابة معلومات الشركات، ومن بينها العروض التقديمية لعلاقات المستثمرين، والأسئلة الشائعة، أو أي أدوات أخرى لإدارة علاقات المستثمرين، فإنها تصبح معلومات متاحة للجمهور. وبناءً على ذلك، يمكن لإدارة علاقات المستثمرين بعد ذلك الرجوع إليها من خلال الوسائل الأخرى، مثل القنوات أو المنصات الأخرى.

يعد الإفصاح الكامل والعاقل أحد مبادئ السوق الرئيسية التي تشكل المحور الأساسي لأفضل ممارسات إدارة علاقات المستثمرين. ويستند هذا النهج إلى فرضية مفادها أن المعلومات الجوهرية المتعلقة بالأسعار لا ينبغي نشرها بشكل انتقائي على حساب الآخرين، بل ينبغي إتاحة جميع المعلومات للجمهور في نفس الوقت عبر بوابة معلومات الشركات، كما يلزم الإفصاح عن المعلومات الجوهرية على الفور من خلال موقع **بورصة الكويت** في حال توفرها خلال ساعات عملها، أو قبل خمسة عشر دقيقة على الأقل من بداية جلسة التداول التالية في حال توفرها بعد ساعات عملها. لمزيد من التفاصيل حول قائمة المعلومات المؤهلة لتُصنّف بأنها جوهرية، يرجى الرجوع إلى الفصل الرابع - الإفصاح عن المعلومات الجوهرية من الكتاب العاشر "الإفصاح والشفافية" من اللائحة التنفيذية لهيئة أسواق المال.

توصي أفضل ممارسات إدارة علاقات المستثمرين بأن تظل الإدارة على تواصل مع الاطراف المعنية، وأن تستمر في تلقي الاستفسارات على مدار العام، بغض النظر عن فترة إعداد وتقديم التقارير. ومن إجراءات هذه العملية: إدارة استفسارات المستثمرين وطلبات عقد الاجتماعات، ويتعين عدم التوقف عن تلقي مثل هذه الاستفسارات، حيث ينبغي أن تعرف الإدارة ما يُمكن معرفته، وما لا يمكن مشاركته في جميع الأوقات.

فترة الهدوء الربع سنوية

تأكيداً فوراً دون إبطاء - وفقاً للتوقيت المحدد في المادة 4-1-2 الكتاب العاشر "الإفصاح والشفافية" من اللائحة التنفيذية لهيئة أسواق المال، بغض النظر عما إذا كانت المعلومات صحيحة من عدمه. في جميع الأحوال، يجوز للهيئة أن تصدر تعليمات **لبورصة الكويت** بضرورة إخطار أي شركة مدرجة بضرورة التعقيب على النحو الوارد بهذه المادة، كما يجوز للهيئة إخطار الشركة المدرجة مباشرة بالأمر.

قائمة مراقبة الأشخاص المطلعين

لضمان أعلى مستويات النزاهة في سلوكيات السوق، يتعين على جهة الإصدار إعداد قائمة في الأشخاص المطلعين لديها، وتشمل تلك القائمة أي شخص بحكم منصبه أو مهام عمله لديه إمكانية الوصول إلى معلومات أو بيانات ذات تأثير جوهري على شركة مدرجة شريطة أن تكون هذه المعلومات غير متاحة للجمهور. لمزيد من التفاصيل حول الأشخاص الذين ينبغي إضافتهم إلى تلك القائمة، يُمكنك الرجوع إلى المادة 3-1-2 من الكتاب العاشر "الإفصاح والشفافية" من اللائحة التنفيذية لهيئة أسواق المال.

يجب أن تتضمن قائمة مراقبة الأشخاص المطلعين على ما يلي:

- اسم الشخص المطلع (المنصب الوظيفي - الرقم المدني/ رقم الجواز - رقم التداول - رصيد الأوراق المالية - تاريخ الإطلاع)؛
- سبب إدراج هذا الشخص في قائمة مراقبة الأشخاص المطلعين، وما إذا كان يجب تغيير هذا الوضع.

حوكمة الشركات

تم وضع العديد من مبادئ حوكمة الشركات لتحسين التفاعل بين المصدرين ومساهميهم، وهو ما يعد وظيفة أساسية لعلاقات المستثمرين. وتشمل هذه المبادئ الأمور المتعلقة بإدارة اجتماعات الجمعية العامة، بالإضافة إلى تكوين ووظائف مجلس الإدارة ولجانه.

كما تنظم مبادئ حوكمة الشركات تشكيل مجلس الإدارة، وتوفير التوجيهات بشأن كيفية تنفيذ أنشطته، وتركز على أهمية تجنب أي تضارب محتمل للمصالح. ولا يقتصر مجلس الإدارة على الإفصاح عن تضارب المصالح فحسب، بل يجب عليه أيضاً إجراء تقييم لمدى استقلالية أعضائه سنوياً والتأكد من عدم وجود أي حالات قد تؤثر على استقلالهم.

تحدد حوكمة الشركات مبادئ قيادة وتوجيه الشركة، بما في ذلك آليات تنظيم العلاقات المختلفة بين مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية والمساهمين وأصحاب المصلحة الآخرين، بما في ذلك الموظفين والعلماء والموردين.

تهدف حوكمة الشركات إلى تسهيل عملية اتخاذ القرار وإضفاء الشفافية والمصداقية عليها، من أجل حماية حقوق المساهمين وأصحاب المصلحة.

يُقصد بها الفترة التي تبدأ مباشرةً من تاريخ نهاية الربع السابق وحتى نهاية الربع الحالي، ويُشار لها كذلك بفترة الهدوء الربع سنوية، حيث تخلو من أي مناقشات عمل مع المحللين أو المستثمرين من قبل الإدارة التنفيذية والموظفين الذين يشاركون في إعداد البيانات المالية السنوية والمرحلية. وخلال هذه الفترة تقتصر المناقشات على أداء الربع السابق، ويتعين أن تتم وفقاً للوائح المتعلقة بالإفصاح. وخلال هذه الفترة، لا يجتمع المسؤولون التنفيذيون المعتمدون مع أعضاء مجتمع الاستثمار لمناقشة النتائج المالية و/أو التشغيلية للشركة، ويجوز خلالها أن يجيب المتحدثون الرسميون المعتمدون أو موظفي إدارة علاقات المستثمرين عن الأسئلة المبنية على الحقائق التي يطرحها المحللون والمستثمرون عند الطلب. وبالتوازي مع ذلك، تقوم العديد من الشركات أثناء هذه الفترة بالحد من أنشطة علاقات المستثمرين فيها، بعدة طرق من بينها على سبيل المثال عدم ترتيب محادثات فردية مع المستثمرين أو عقد اجتماعات في مؤتمرات المستثمرين، وذلك لضمان المساواة في المعاملة بين جميع المساهمين، وعدم تسرب معلومات من أي نوع عن النتائج وشبكة الإعلان.

تأجيل الإفصاح

إذا كان الإفصاح عن المعلومات الجوهرية من شأنه الإضرار بسرية مفاوضات أو إجراءات تمهيدية لصفقة تقوم بها الشركة المدرجة أو أي عملية أخرى؛ فيجوز للشركة المدرجة تأجيل الإفصاح عنها لحين الوصول إلى اتفاق ملزم بخصوص هذه الصفقة أو العملية، وذلك شريطة التالي:

- ألا يكون تأجيل الإفصاح بغرض التضليل فيما يتعلق بالحقائق والظروف التي يكون العلم بها ضرورياً لتقييم الأوراق المالية للشركة المدرجة.
- أن تتخذ الشركة المدرجة كافة التدابير للحفاظ على السرية التامة فيما يتعلق بالمعلومات الجوهرية، لحين الإفصاح عنها.
- أن تقدم الشركة المدرجة بعد الإفصاح عن المعلومة الجوهرية المبررات التي دفعها لتأجيل الإفصاح، وإذا وجدت الهيئة هذه المبررات غير مقبولة فلها أن تتخذ ضد الشركة المدرجة الإجراءات التأديبية، ويجوز للشركة المدرجة أن تتشاور مع الهيئة قبل تأجيل الإفصاح للوقوف على مدى صحة تأجيل الإفصاح.

التعامل مع الشائعات والأخبار

في حالة انتشار كهنتات أو أخبار أو معلومات متداولة بشأن الشركة المدرجة عن طريق أي من وسائل الإعلام أو التواصل المختلفة، أو انتشار شائعات أو معلومات متداولة في أوساط المتداولين، والتي من المرجح أن يكون لها تأثير على سعر الأوراق المالية للشركة المدرجة أو على القرارات الاستثمارية للمتداولين، يتعين على الشركة المدرجة التعقيب عليها بإيضاحها أو نفيها أو

دور المستشارين

ومن المتعارف عليه أن تطلب الجهات التنظيمية من الشركات المدرجة تعيين مستشارين معتمدين أو الحصول على المشورة منهم - ماليين وقانونيين، خاصةً عند تقديم طلب الإدراج، لضمان قدرة الإصدار على الامتثال بجميع متطلبات السوق. ومن مسؤوليات المستشارين: التأكد من فهم جهة الإصدار لمسؤولياتها والوفاء بها بموجب كتاب قواعد **بورصة الكويت** واللائحة التنفيذية لهيئة أسواق المال، وتقديم ضمانات للجهة التنظيمية بأن هذه المسؤوليات قد تم الوفاء بها. وتستعين الشركات بهؤلاء المستشارين بشكل عام عند ضرورة اتخاذ إجراءات مؤسسية أخرى، مثل الإدراج الإضافي للأوراق المالية أو الإفصاحات الدورية للمساهمين، وكذلك في حالات وقوع في شبهة مخالفات للامتثال لقواعد الإدراج، ويمكن لإدارة علاقات المستثمرين تقديم المشورة مرة أخرى للإدارة التنفيذية في هذا الصدد، حسب الحاجة.



تقويم إدارة علاقات المستثمرين

تلتزم إدارة علاقات المستثمرين بوضع تقويم للشركة يتضمن جميع الأنشطة الرئيسية للشركة ومواعيد تنفيذها. وتشمل هذه الأنشطة الرئيسية، على سبيل المثال لا الحصر، الأنشطة التالية:

- نشر الأرباح.
- اجتماعات الجمعية العامة.
- توزيع أرباح الأسهم.
- عقد اجتماعات مع مجتمع الاستثمار بعدة طرق من بينها وسائل الإعلام المالية.

يعد الإفصاح الواضح والمتسق الذي يتم في حينه هو جوهر إدارة علاقات المستثمرين الفعالة. وبناءً على ذلك، من الضروري للغاية أن يفهم مسؤولو علاقات المستثمرين البيئة التنظيمية التي يعملون فيها فهماً تاماً.

تتمثل القيمة المضافة الرئيسية لمهمة إدارة علاقات المستثمرين المهنية في القدرة على تقديم المشورة لمجلس الإدارة والإدارة التنفيذية فيما يتعلق بجميع مسائل الإفصاح. في البداية، يتبع تقويم إدارة علاقات المستثمرين بشكل أساسي دورة التقارير الربع سنوية للشركة، وبالتالي يعتمد برنامج علاقات المستثمرين إلى حد كبير على المتطلبات القانونية لإعداد التقارير وتقديمها للسوق، بما في ذلك إعلان نتائج الشركة بانتظام. على سبيل المثال، بافتراض أن السنة المالية لشركة ما تنتهي في 31 ديسمبر، وفقاً للممارسات الدولية لعلاقات المستثمرين، يكون تقويم علاقات المستثمرين وبرنامج علاقات المستثمرين الذي يدعم هذا التقويم كالتالي:

يناير	فبراير	مارس
<ul style="list-style-type: none"> • تطوير المحتويات الخاصة، بإعداد نتائج نهاية العام؛ والعرض التقديمي للمستثمر؛ وثيقة الأسئلة الشائعة المتداولة (FAQs)؛ وبيان الحقائق؛ الموقع الإلكتروني • تحديد المساهمين • قياس الأداء بالمقارنة مع الشركات المماثلة • استهداف المستثمرين • تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs • جمع البيانات اللازمة لإعداد (التقرير السنوي) (وتقرير الاستدامة) • جمع وتحليل النتائج المالية السنوية • تحديد مواعيد الحملات الترويجية السنوية وإعلانات النتائج الربع سنوية والسنوية. • التحضير للاجتماع السنوي للجمعية العامة 	<ul style="list-style-type: none"> • تقديم التقارير إلى مجلس الإدارة بشأن النتائج المالية السنوية للشركة والمبادرات الاستراتيجية وإدارة المخاطر وغيرها من الأمور • تحضير البيانات الصحفية مع الإدارات ذات الصلة. • عقد اجتماع مجلس الإدارة • مراجعة التقارير (السنوي والاستدامة) 	<ul style="list-style-type: none"> • إعلان النتائج المالية الربع سنوية (الربع الرابع) والسنوية • عقد مؤتمر المحللين / بث عبر الإنترنت/ مؤتمر هاتفي. • إجراء دراسة تصورية للعرض التقديمي. • تحديث وثيقة الأسئلة الشائعة (FAQs) وبيان الحقائق • تنظيم العروض الترويجية والمؤتمرات السنوية وأو اجتماعات المستثمرين (بما في ذلك المستثمرين المستهدفين) • نشر التقارير (السنوي والاستدامة) • عقد اجتماع الجمعية العامة
أبريل	مايو	يونيو
<ul style="list-style-type: none"> • توزيع التقارير (السنوي والاستدامة) على المحللين وأو المستثمرين - التواصل مع علاقات المستثمرين • تحديد موعد الإعلان عن النتائج المالية الربع سنوية (الربع الأول). • تحضير البيانات الصحفية مع الإدارات ذات الصلة. • عقد اجتماع مجلس الإدارة 	<ul style="list-style-type: none"> • إعلان النتائج المالية الربع سنوية (الربع الأول) • عقد مؤتمر المحللين / بث عبر الإنترنت/ مؤتمر هاتفي. • إجراء دراسة تصورية للعرض التقديمي. • تحديث وثيقة الأسئلة الشائعة (FAQs) وبيان الحقائق 	<ul style="list-style-type: none"> • تحديد المساهمين • تنظيم العروض الترويجية الخاصة بالصفقات وأو غير الصفقات وأيام المستثمرين. • إجراء التحديثات الدورية على الموقع الإلكتروني ووثائق علاقات المستثمرين وغيرها من المعلومات.
يوليو	أغسطس	سبتمبر
<ul style="list-style-type: none"> • تحديد موعد الإعلان عن النتائج المالية الربع سنوية (الربع الثاني). • تحضير البيانات الصحفية مع الإدارات ذات الصلة. • عقد اجتماع مجلس الإدارة 	<ul style="list-style-type: none"> • إعلان النتائج المالية الربع سنوية (الربع الثاني) • عقد مؤتمر المحللين / بث عبر الإنترنت/ مؤتمر هاتفي. • إجراء دراسة تصورية للعرض التقديمي. • تحديث وثيقة الأسئلة الشائعة (FAQs) وبيان الحقائق 	<ul style="list-style-type: none"> • تنظيم العروض الترويجية والمؤتمرات السنوية وأو اجتماعات المستثمرين (بما في ذلك المستثمرين المستهدفين). • إعداد ميزانية علاقات المستثمرين السنوية والتخطيط للسنة (السنوات) القادمة.

ديسمبر	نوفمبر	أكتوبر
<ul style="list-style-type: none"> التخطيط والإعداد للبرنامج الجديد لعلاقات المستثمرين إجراء التحديثات الدورية على الموقع الإلكتروني ووثائق علاقات المستثمرين وغيرها من المعلومات 	<ul style="list-style-type: none"> إعلان النتائج المالية الربع سنوية (الربع الثالث) عقد مؤتمر المحللين / بث عبر الإنترنت/ مؤتمر هاتفي إجراء دراسة تصورية للعرض التقديمي تحديث وثيقة الأسئلة الشائعة (FAQs) وبيان الحقائق 	<ul style="list-style-type: none"> تحديد موعد الإعلان عن النتائج المالية الربع سنوية (الربع الثالث) تحضير البيانات الصحفية مع الإدارات ذات الصلة عقد اجتماع مجلس الإدارة الانتهاء من إعداد ميزانية علاقات المستثمرين السنوية والتخطيط للسنة (السنوات) القادمة بداية العمل على التخطيط والاعداد التقارير (السنوي والاستدامة)

النتائج الربع سنوية

لكل اختصاص قضائي متطلبات الإبلاغ القانونية الخاصة به، والمعياري المتبع في دول مجلس التعاون الخليجي هو التقارير الربع سنوية. ومع ظهور فيروس كورونا (كوفيد-19) في عام 2020، أصبحت مسألة إعداد التقارير المؤسسية محور التركيز الأساسي للشركات. ورغم أن الجهات التنظيمية تمنح جهات الإصدار قدر أكبر من المرونة للاستجابة على أكمل وجه قدر الإمكان في أوقات غير مسبوقه، إلا أن المناخ المعاكس قد عزز الحاجة الماسة إلى اتصالات منتظمة ومتسقة وفي الوقت المناسب مع السوق.

مثال للتحضير ليوم النتائج:

4 أسابيع	<ul style="list-style-type: none"> الاتفاق على الجدول الزمني، متضمناً مواعيد التدريبات و ترتيب الاحداث في يوم النتائج إرسال دعوات مخصصة "لحفظ التاريخ" للمحللين والمستثمرين لحضور مؤتمر المحللين في نفس يوم اجتماع مجلس الإدارة تحديث تقويم إدارة علاقات المستثمرين على الموقع الإلكتروني للشركة و/أو الموقع الإلكتروني لإدارة علاقات المستثمرين جمع المعلومات عن ميول السوق وتحليلها من خلال استطلاعات الرأي
3 أسابيع	<ul style="list-style-type: none"> إعداد الرسائل الرئيسية مسودة الإعلانات والعروض التقديمية، إلى جانب النص الداعم وملاحظات المتحدثين؛ ومراجعة الوثيرة والمحتوى إعداد وثيقة الأسئلة والأجوبة تأكيد مكان مؤتمر المحللين و/أو الترتيب مع مقدمي خدمات المؤتمرات الهاتفية أو البث عبر الانترنت البدء في العمل على اجتماعات المستثمرين
أسبوعان	<ul style="list-style-type: none"> التواصل مع وسائل الإعلام المحلية والدولية لترتيب اجتماعات مباشرة و/أو مقابلات هاتفية في ذلك اليوم البدء في جمع توقعات المحللين التدريب على العرض التقديمي
أسبوع واحد	<ul style="list-style-type: none"> التواصل مع بقية الصحفيين لإجراء المقابلات، إذا لزم الأمر. التواصل مع المستثمرين لإعداد الاجتماعات التدريب على العرض التقديمي النهائي جلسة أسئلة وأجوبة مع المستثمرين الانتهاء من إعداد البيان الصحفي والعرض التقديمي التوقيع على جميع المستندات ذات الصلة تحميل إعلان النتائج (والبيان الصحفي، إن أمكن) على الموقع الإلكتروني لبورصة الكويت، وحظر الاطلاع عليه حتى يوم النتائج

مثال ليوم إعلان النتائج:



التقرير السنوي

قد يكون التقرير السنوي هو أهم المتطلبات الرقابية لإعداد التقارير في أي شركة، إذ إنه بمثابة سجل تاريخي لأداء الأعمال، وفي حالة الشركات العامة، يكتسب التقرير السنوي أهمية أكبر لأنه عادةً ما يكون قناة الاتصال الأولى مع المستثمرين وغيرهم من أصحاب المصلحة.

يوفر التقرير السنوي كذلك فرصة لعرض كل ما يتعلق بالعمل، بدءاً من كيفية تحقيق الإيرادات، ووصولاً إلى القيمة التي يحصل عليها المستثمرون. وينبغي أن يتضمن التقرير السنوي مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs التي توضح المنهجية التي يتبعها مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية لإدارة أعمال الشركة، مع الدراية الكافية بجميع عوامل المخاطر المحتملة والفرص الجديدة.

يعتبر التقرير السنوي سجل دائم لكافة أصحاب المصالح يمكن الرجوع له في أي وقت، لذا يتوجب على القائمين على أعداده تحديد الحد الأدنى من المعلومات الواجب توافرها في التقرير والحرص على وضوح ودقة تلك المعلومات.

ومن نواح عدة، يعد التقرير السنوي نقطة البداية أو تكراراً لحالة الاستثمار وجميع رسائلها الرئيسية. وينبغي أن يكون التقرير السنوي هو المرجع الرئيسي لإدارة علاقات المستثمرين الذي تعتمد عليه في بناء جميع الاتصالات الأخرى.

من المنطقي أن تبدأ إدارة علاقات المستثمرين عملية إعداد التقرير السنوي بجمع كافة المعلومات ذات الصلة بعد كل فترة مرحلية يتم الإبلاغ عنها على مدار العام. وبهذه الطريقة، عندما تصل الشركة إلى الربع الأخير من سنتها المالية، تكون إدارة علاقة المستثمرين قد انتهت تقريباً من إعداد مسودة التقرير التفصيلية.

سرد قصة الاستثمار المتكامل

يحقق الاستثمار المتكامل القيمة المستدامة لأصحاب المصلحة على المدى الطويل



مكافآت أعضاء مجلس الإدارة
كيف تتم مكافأة الإدارة على تنفيذ الاستراتيجية؟

مؤشرات الأداء الرئيسية
قياس مدى فاعلية التنفيذ الاستراتيجي

المخاطر
العوامل التي قد تؤثر على تحقيق الاستراتيجية

نموذج الأعمال
كيف يمكن تحويل الاستراتيجية إلى إجراءات ملموسة؟

الاستراتيجية
كيف تعزز الإدارة تحقيق ما تريده؟

الرؤية
ما الذي تريد الإدارة أن تحققه؟

قصة متكاملة



الاجتماع السنوي للجمعية العامة العادية

أصبح الاجتماع السنوي للجمعية العامة العادية أحد أهم المتطلبات الرقابية لإعداد التقارير. كانت تلك الاجتماعات فيما سبق هي الفرصة الوحيدة المتاحة للمساهمين للقاء أعضاء مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية أثناء عرض حسابات الشركة فعلياً أمامهم.

ويعد هذا الاجتماع هو المكان الأنسب لمناقشة مجلس الإدارة علناً عن ادارة الشركة نيابة عن المساهمين ويتعين على المساهمين اتخاذ القرارات المقترحة خلال الاجتماع بما في ذلك أي توزيعات أرباح وقرارات الشركة الأخرى.

أما اليوم، مع تنوع الخيارات المتاحة، اتخذت الاجتماعات السنوية للجمعيات العامة صوراً أخرى، مثل الاجتماعات الفعلية والافتراضية. ومن المفترض أن يساعد هذا التنوع الشركات من نواح عدة إلى الوصول إلى جمهور أكبر من المساهمين، ومن بينهم صغار المستثمرين. وفي الوقت نفسه، يُمكن اتخاذ كافة الإجراءات من خلال المشاركة الإلكترونية بدءاً من التسجيل المسبق والتصويت بالوكالة، وحتى طرح الأسئلة وتلقي الأجوبة مباشرة عبر الإنترنت. وبصرف النظر عن الشكل الذي تتخذه اجتماعات المساهمين، من الضروري أن نتذكر دائماً أن الهدف الأساسي لهذه المتطلبات الرقابية هو تلبية احتياجات جمهورك بشكلٍ صحيح. وهذا يعني ضمان كونهم جزءاً لا يتجزأ من المناقشة - فهم في النهاية أصحاب الأعمال.

اعتبارات أخرى

ويتعين على جهات الإصدار الاستجابة لهذه التغييرات، وتنويع وسائل الانخراط والتعاون مع مستثمريها، وهذا يعني أن الاجتماعات السنوية مع المساهمين قد أصبحت أكثر أهمية من أي وقت مضى كوسيلة يستخدمها المساهمون وأعضاء مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية للتواصل فيما بينهم. وتساعد التكنولوجيا الرقمية الجديدة إدارة علاقات المستثمرين على ذلك بشكلٍ أكثر فعالية. حيث تمثل الاجتماعات الافتراضية والفعلية واحدة من أكبر الفرص التي تخدم هذا الغرض. في عصرنا الحديث حيث تشهد الاجتماعات حضوراً منخفضاً، يمكن للاجتماع الافتراضي أو الفعلي أن يعيد إشعال الحماس بين المساهمين، فضلاً عن مساهمته في زيادة الشفافية والمساءلة.

ربما تُعقد كذلك اجتماعاتٍ أخرى للجمعية العامة بخلاف اجتماعها السنوي، ويلزم أن تحضر إدارة العلاقات المستثمرين هذه الاجتماعات، نظراً لأنها قد تناقش مسألة معينة، مثل زيادة رأس المال أو التطورات الجوهرية الأخرى التي قد تتطلب إجراء تعديلات على النظام الأساسي للشركة، ومن الأمثلة على ذلك، مناقشة الحاجة الأخيرة لتحويل الاجتماعات السنوية للجمعية العامة العادية الفعلية إلى اجتماعات افتراضية عن بعد، والإشعار بها قبل عقدها بفترة وجيزة. وهذا يعتبر تذكيراً في الوقت المناسب للأسواق النشطة، إذ يجب معالجة أي مشكلة فور الوقوف عليها.

أصبح الجيل الجديد من المستثمرين أكثر وعياً ببعض القضايا التي تتطلب النظر فيها مثل أهمية الحوكمة الرشيدة، وتغير المناخ، وتوقع العمل المناخي، إضافة إلى القضايا الاجتماعية. علاوةً على ذلك، يعتقد البعض أن المشاريع التي يستثمرون فيها عليها دور يجب أن تؤديه، في حين يرى المستثمرون غالباً أن عليهم التأثير على كيفية إدارة الشركات. وبناءً على ذلك، تتعرض الشركات لضغوط متزايدة نظراً لأن عليها الاستماع بشكل أفضل إلى مستثمريها وغيرهم من أصحاب المصلحة، وأخذ وجهات نظرهم بعين الاعتبار.

برنامج علاقات المستثمرين

سيناريو الاستثمار

يتمثل أساس برنامج علاقات المستثمرين الفعّال في كونه حالة استثمارية مقنعة تلقى صدى لدى المجتمع المالي والاستثماري.

فما هي تلك الحالة وما سبب أهميتها؟

تحدد حالة الاستثمار الخاصة بك ما تفعله شركتك، وكيف تجني الأموال، ولماذا تشكل استثماراً جذاباً. كما يجب أن تعكس وضوح كيف يتم تمييز شركتك عن أقرانها وفرص الاستثمار المتنافسة بحيث تبرز في المجتمع المالي والاستثماري للمساعدة في إنشاء تقييم كامل وعادل، علاوة على المساهمة في بناء سمعة مؤسسية قوية لشركتك.

المكونات الرئيسية

ينبغي أن تشتمل حالة الاستثمار الخاصة بك على ما يلي:

- الرؤية الشاملة للأعمال ومزايا نموذج الأعمال.
- السوق المتاحة للشركة وفرص النمو.
- تحديد المواقع التنافسية في السوق والتمايز عن الأقران.
- استراتيجية واضحة المعالم تلخص الاتجاه الذي تتجه إليه الشركة وكيفية الوصول.
- خارطة طريق واضحة لخلق القيمة للمساهمين.
- إدارة تنفيذية قوية بسجل حافل.
- معلومات تفصيلية حول المقاييس والأهداف الرئيسية للنمو والربحية ومحركات التقييم الأخرى.

وفي نهاية المطاف، ينبغي أن تنقل بوضوح ما تتضمنه للمستثمرين وأصحاب المصلحة الآخرين.

تطوير مثال حالة الاستثمار الخاصة بك:

التحسين المستمر	التطوير	جمع الأفكار
<ul style="list-style-type: none"> • الحفاظ على حالة الاستثمار محدثة وذات صلة لمشاركة المستثمرين الناجحين. • المراجعة المنتظمة لحالة الاستثمار ب لضمان التوافق مع الوضع الحالي للأعمال التجارية والتطورات الرئيسية للشركة. • جمع التعليقات والملاحظات من مجتمع الاستثمار بشكل مستمر واستخدام النتائج لتحسين حالة الاستثمار أو إعادة توجيهها. • تسليط الضوء على المقاييس الرئيسية التي تستخدمها مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية حتى يتمكن المستثمرون من متابعة التقدم سنة تلو الأخرى. 	<ul style="list-style-type: none"> • إنشاء حالة استثمارية تروي قصة قوية وذات مصداقية، وتخلق تمايزاً واضحاً عن أقرانها (انظر المكونات الرئيسية أعلاه). • تحديد نقاط إثبات داعمة قوية لدعم حالة الاستثمار. • قياس حالة استثمار الشركة ونقاط الإثبات الداعمة مقارنة بالأقران الرئيسيين وتحديثها حسب الاقتضاء. • الاتفاق على العناصر الرئيسية لحالة الاستثمار مع أصحاب المصلحة الداخليين ذوي الصلة (مثل مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية). 	<ul style="list-style-type: none"> • تحديد/مراجعة رؤية الشركة واستراتيجيتها وصناعتها وتوقعاتها. • تحديد المجالات الرئيسية للتميز عن الأقران. • تدقيق التصورات مع أصحاب المصلحة الرئيسيين لجمع التعليقات وتحديد مواقع فجوات المعرفة.

السمات الرئيسية

الوضوح والإيجاز - اجعل رسالتك قصيرة وفي صلب الموضوع.
البساطة - تأكد من سهولة فهم حالة الاستثمار الخاصة بك.
الاتساق - تأكد من أن حالة الاستثمار الخاصة بك تروي القصة ذاتها بمرور الوقت.

للمساعدة في تحديد السيناريو الخاص بك، اكتب قائمة بالنقاط الرئيسية حسب الأولوية، وحدد مقدار الوقت الذي يمكنك قضائه لكل نقطة. ابحث عن التكرار واحذف النقاط غير الضرورية للسيناريو الأساسي.

إعادة التفكير في المحتوى والبنية من منظور الجمهور

قد يؤدي توجيه الجمهور عبر محتوى غير مالي مطوّل أولاً إلى انسحاب المشاركين للنظر في بيان الدخل أو الميزانية العمومية، أو إلى نفاد صبرهم. قد تكون نقطة بداية جيدة أن تبدأ العرض التقديمي بلوحة معلومات تضم البيانات المالية الرئيسية ثم، بطبيعة الحال، التوسع في تلك النقاط داخل العرض ذاته، ولكن دائماً مع مراعاة الإيجاز والوضوح.

ولضمان تقديم عرض تقديمي لا يُنسى يتجاوز مجرد توضيح بعض الأرقام، أختتم بالنقاط الثلاث أو الأربع الرئيسية التي تريد أن يذكركها الجمهور، مثل وجهة نظر قابلة للقياس، أو تكرار النجاحات، أو الأهداف الإستراتيجية الجديدة.

لوحة عمل السيناريو

قبل العمل على العرض التقديمي، عليك تصوّر كيف يتناسب السيناريو مع العرض التقديمي من خلال رسم لوحة عمل. تلك العملية القائمة على التصميم هي أداة رائعة لتقسيم السيناريو إلى أجزاء يسهل فهمها. انظر إلى كل عنصر في قصتك، وفكر في الطريقة المثلى لنقل تلك المعلومات:

- إذا كانت هناك حاجة إلى مخطط أو رسم بياني، ما هو نوع المخطط الأفضل مع هذه البيانات؟
- هل تساعد الصورة الفوتوغرافية أو المرسومة على الفهم أم تعوقه؟ أم أنها زائدة عن الحاجة؟
- كيف يمكنك تجنب حشر الكثير من المعلومات في شريحة واحدة؟ هل تساعد العناصر المرئية في ذلك؟
- ما هي الإشارات المرئية التي تحتاجها لتعزيز أو شرح المعلومات الكائنة على الشريحة؟

توفير فرص المشاركة

تعد جلسة الأسئلة والأجوبة الختامية جزءاً غالباً ما يُهمل من العرض التقديمي للمستثمرين برغم أهميتها البالغة للعديد من المشاركين، وأهيّ أفضل فرصة للتفاعل مع جمهورك الأكثر أهمية. مثاليًا، ينبغي عليك تخصيص ما بين 30 إلى 60 دقيقة لهذا الغرض، ومن الضروري أن تكون مستعداً؛ على الأقل بنفس العناية الواجبة اللازمة لإعداد العرض التقديمي حتى يتسنى وضع أسئلة وأجوبة قوية للإدارة. وأخيراً، من المهم أن يتلقى جميع المتحدثين الذين يُتوقع منهم الإجابة على الأسئلة تدريباً منتظماً على مشاركة المستثمرين لممارسة التعامل مع الأسئلة الصعبة.

الرسائل الداعمة

بعد إنشاء حالة الاستثمار، من الأهمية بمكان تطوير مجموعة من الرسائل الأساسية التي تدعمها، أو تحديث رسائلك الرئيسية الحالية لتتوافق معها. تدعم تلك الرسائل الرئيسية جميع أنشطة علاقات المستثمرين، ويجب استخدامها باستمرار في التعاملات مع المجتمع الاستثماري والمالي. ولذلك فمن الأهمية بمكان أن يتم تضمينها في جميع مواد علاقات المستثمرين ذات الصلة، بما في ذلك ما يلي:

- عروض المستثمرين والنتائج.
- الموقع الإلكتروني لعلاقات المستثمرين.
- التصريحات الصحفية.
- التقارير المالية.
- التقرير السنوي.
- تقرير الاستدامة.
- بيان الحقائق والأسئلة الشائعة.
- المقابلات الإعلامية.
- أي قنوات ومنصات أخرى.

العرض التقديمي للمستثمر

تعد العروض التقديمية للمستثمرين طريقة شائعة الاستخدام لنقل المعلومات إلى جماهير سوق رأس المال. وغالباً ما يُنظر إليها باعتبارها مجرد قناة أخرى للإفصاح عن البيانات المالية. ومع ذلك، مع القليل من الجهد الإضافي، قد تكون وسيلة فعالة للغاية لبناء علاقة حقيقية مع المساهمين الحاليين والمحتملين.

سوف تساعدك معايير النجاح الأربعة التالية على بناء عرض تقديمي فعال وجذاب للمستثمر:

ابحث عن السيناريو الخاص بك

يُعد سيناريو الاستثمار الواضح هو "الخط الأحمر" الذي يوجه الجمهور إلى المعلومات الصحيحة، في حين أن غياب السيناريو المقنع قد يسفر عن أجزاء مفقودة وعرض غير متماسك. فيما يتعلق بالإفصاح عن البيانات المالية، قد يتحدث السيناريو الخاص بك عن النجاحات، أو يصف التغييرات أو الأساليب الجديدة، أو يخفف من الأخبار السيئة أو غير الجيدة.

تحليل سجل الأسهم واستهداف المستثمرين

إذا اعتبرنا أنك حدّدت قاعدة المساهمين الحالية لديك وأنتك حريص على تطوير تكوينها أو جذب مساهمين جدد لخلق المزيد من القيمة، فإن استهداف المستثمرين يعد وسيلة فعالة للعثور على المرشحين المناسبين وتصميم برنامج علاقات المستثمرين الخاص بك وفقاً لذلك.

لماذا تفعل ذلك؟

الاستهداف النوعي

يمكن اتباع إنشاء قائمة مطولة من الأهداف من خلال الاستهداف الكمي بإجراء لتأكيد أسماء المتابعين المهتمين، وتحديد المستثمرين الجدد المحتملين ودراساتهم، ثم التأكد من مستوى قابليتهم لمقترح الاستثمار.

تسفر تلك العملية عن "قائمة مختصرة" من المستثمرين المستهدفين، معززة بشكل كبير، بما في ذلك قائمة بالأفراد الذين لديهم اهتمام مؤكد وقائم بلقاء الإدارة التنفيذية و/أو الحصول على المزيد من المعلومات. للقيام بذلك بشكل مثالي، ينبغي توفير ذلك إلى جانب المعلومات الأساسية، بما في ذلك ملفات تعريف المستثمرين وتفاصيل الاتصال، مقسمة حسب المنطقة.

تتبع النشاط

تستخدم معظم الشركات تلك المعلومات لتتبع نشاط قاعدة المساهمين المحددة ومراجعتها بانتظام لفهم تأثير جهود الاستهداف التي تبذلها. ويمكن في بعض الحالات استخدام النتائج كمقياس لمؤشرات الأداء الرئيسية لفريق علاقات المستثمرين (خاصة عند إجرائها على أساس سنوي).

يتمثل الهدف من مشروع الاستهداف في وضع قائمة أولويات للمستثمرين من الجهات المؤسسية من خلال تحديد الفرص الحالية والمحتملة في المؤسسات الرئيسية التي لها حيازات ومصالح في شركتك بالمقارنة مع مجموعة مختارة من أقرانها العالميين، سواء كانوا منافسين مباشرين أو شركات ذات هيكل وتوقعات مماثلة. وفي نهاية المطاف، ينبغي أن يكون الوصول إلى المستثمرين في قطاعك، ممن قد لا يكونوا على دراية بشركتك، أولوية رئيسية للإدارة التنفيذية وفريق علاقات المستثمرين.

تختلف المنهجية من مزوّد إلى آخر، بيد أن ممارسة استهداف المستثمرين تركز بشكل عام على النهج الكمي و/أو النوعي.

يمكن استخدام المعلومات التي تنتج خلال تلك العملية لتقييم المستثمرين الجدد المحتملين والتواصل معهم، وكذلك للتخطيط للحملات الترويجية وتعظيم وقت الإدارة التنفيذية إلى أقصى حدّ ممكن للإرتباط مع المستثمرين، الأمر الذي من شأنه:

- زيادة الوعي بمقترحات الأسهم، لا سيما استهداف مجموعات جديدة من المستثمرين.
- خفض تكلفة رأس المال وزيادة كفاءة وقت الإدارة وأنشطة علاقات المستثمرين.
- تحقيق قيمة سوقية عادلة للسهم، بالوصول إلى أكبر عدد ممكن من المستثمرين في جميع أنحاء العالم من خلال علاقات المستثمرين وفرق الإدارة التنفيذية.
- في النهاية، توفير معيار يمكن من خلاله قياس المستويات المستقبلية لنجاح علاقات المستثمرين.

الاستهداف الكمي

توفر هذه العملية تحليلاً دقيقاً لقاعدة المساهمين الحاليين مقارنة بمجموعة مختارة من نظيرات الشركة (أي الشركات التي تتنافس في نفس المساحة بناءً على ما تبين أنه أفضل التطابقات حسب الصناعة أو القطاع و/أو الأهداف المستقبلية).

وبمجرد الاتفاق على قائمة مجموعة النظيرات، تُفحص بيانات محفظة الاستثمار لصياغة رؤية شاملة لمستويات الاستثمار المتاحة. يستخدم هذا بشكل عام مجموعة من البيانات التحليلية المخصصة ومعلومات الملكية العامة لإنشاء تصنيفات بناءً على عدد من المعلمات، والتي قد تشمل على ما يلي:

- الأسهم تحت الإدارة.
- أسلوب الاستثمار.
- القيمة السوقية للحيازات في أسهمك مقابل الحيازات في الشركات الأقران.
- متوسط الترخيص المعدل مقابل الأقران العالميين.

اجتماعات المستثمرين

من شأن المشاركة الاستراتيجية مع المستثمرين تعضيد العلاقات، وتعزيز حالة الاستثمار الخاصة بك والرسائل الرئيسية، وزيادة فهم مقترح القيمة بعيدة الأمد لجهة الإصدار.

في عالم اليوم، تضاعفت الخيارات المتاحة للبدائل الافتراضية لتحل محل ما كان في السابق تواريخ منتظمة في تقويم فريق علاقات المستثمرين للحملات الترويجية، حيث الغرض من ذلك هو مقابلة المساهمين الحاليين واستهداف مستثمرين جدد. وفي حين أن المساهمين الحاليين معروفون لدى علاقات المستثمرين، فإن مساعدة فريق الوصول للشركات، سواء من جانب الشراء أو البيع، قد تحدث فرقاً كبيراً وتوفر الوقت للتعامل مع الأسواق الجديدة. في النهاية، يتمثل دور علاقات المستثمرين في بناء العلاقات والحفاظ عليها من خلال تلبية احتياجات جمهور علاقات المستثمرين.

وتُعد العروض الترويجية جزءاً مهماً من تقويم علاقات المستثمرين. ومن ثم، يتعين أن تولي إدارة علاقات المستثمرين الأولوية لتلك الأمور، بما في ذلك الأمور المتعلقة بالصيانة المنتظمة لعلاقات المستثمرين، وزيادة رأس المال، والإجراءات المؤسسية الأخرى. بالإضافة إلى ذلك، تعد العروض الترويجية العكسية أمراً شائعاً، حيث ينظم المستثمرون مبادراتهم الخاصة للوصول إلى الشركات، علاوة على تنسيقات اجتماعات مفيدة أخرى ينبغي النظر فيها من قبل علاقات المستثمرين، بما في ذلك (دون حصر) المؤتمرات وفعاليات لقاءات المستثمرين والزيارات الميدانية.

ما هي وما هو سبب أهميتها؟

تشكل التفاعلات المباشرة جزءاً أساسياً من برنامج التواصل الناجح مع المستثمرين. فهي توفر فرصة بالغة الأهمية لبناء علاقات قوية مع مجتمع الاستثمار وتعزيز الثقة في استراتيجية أعمال الشركة وفريق الإدارة التنفيذية، مما يساعد الشركة في نهاية المطاف على تحقيق التقييم العادل وجذب رؤوس أموال المستثمرين.

تطوير برنامج مشاركة المستثمرين الخاص بك

من الأهمية بمكان تطوير برنامج يتسم بالكفاءة والفعالية لمشاركة المستثمرين بحيث يشتمل على ما يلي:

- اجتماعات مع المستثمرين من الجهات المؤسسية (أي الدوليين والإقليميين) والمستثمرين المحليين (أي المكاتب العائلية والأفراد ذوي الثروات الكبيرة والمستثمرين الأفراد).
- تسليط الضوء على مراكز الاستثمار الجغرافية والمناطق ذات التركيز الأعلى من المساهمين والمستثمرين المستهدفين.
- التماشي مع الإعلانات الرئيسية في المسار.
- استخدام قوة مقاعد البدلاء لفريق الإدارة التنفيذية الكامل، حسب الاقتضاء.
- الاستفادة من فعاليات الشركات الحالية وجدول السفر الخاص بالإدارة التنفيذية.
- التركيز على الأحداث التي تحقق أعلى عائد على الاستثمار.

ويجب مراجعة البرنامج وتنقيحه بشكل دوري، بناءً على تطورات الشركة ذات الصلة وحركات المساهمين خلال العام.

نهج المشاركة

لدعم تطوير هذا البرنامج، من المفيد تصنيف المستثمرين لتحديد نهج المشاركة الأكثر فعالية لكل نوع وضمان الاستخدام الفعال للوقت. فيما يلي مثال على ذلك، إلا أنه ينبغي تكييفه مع قاعدة المستثمرين في شركتك ومتطلباتهم:

نوع المستثمر	نهج المشاركة
مؤسسي	
<p>المستوى 1</p> <ul style="list-style-type: none"> أعلى 15 مساهماً حالياً أعلى 25 مساهماً مستهدفاً <p>المستوى 2</p> <ul style="list-style-type: none"> مستثمرون أقل أسهماً أصغر المساهمين 	<ul style="list-style-type: none"> عرض اجتماعات فردية منتظمة الوصول إلى الرئيس ومجلس الإدارة، و الإدارة التنفيذية حسب الاقتضاء عرض اجتماعات فردية منتظمة للمؤسسات الأقل اسهماً عرض اجتماعات جماعية للمؤسسات الأخرى ذات الوزن المنخفض، والمساهمين الأصغر مشاركة أولية يقودها فريق علاقات المستثمرين
محلي	
<p>مكاتب العائلة / الأفراد ذوي الثروات العالية (HNWIs)</p> <ul style="list-style-type: none"> مساهمون مؤسسون كبار المستثمرين المحليين <p>التجزئة</p> <ul style="list-style-type: none"> أفراد يستثمرون في أسواق رأس المال 	<ul style="list-style-type: none"> تقديم اجتماعات فردية مرة واحدة في السنة الوصول إلى الإدارة التنفيذية المشاركة من خلال الوسطاء المحليين وجانب البيع، بالإضافة إلى وسائل التواصل الاجتماعي

المشاركون في الشركة

يمكن تهيئة ممثلي الشركة للتعامل بشكل أفضل بحسب نوع المستثمر الذي يقابلونه.

غالباً ما يجتمع مستثمرو المستوى الأول مع الإدارة التنفيذية للحصول على فهم رفيع المستوى لاستراتيجية الشركة، بالإضافة إلى قياس قدرة الإدارة التنفيذية والتزامها بتنفيذها. ولذا، ينبغي أن يكون المدير المالي للشركة متاحاً لمشاركة المستثمرين في وقت إعلانات النتائج المالية، بينما عادة ما يقوم فريق علاقات المستثمرين بإدارة تلك المشاركة عبر تقويم إدارة علاقات المستثمرين، ومع أصحاب الاسهم الأصغر والمستثمرين الأفراد.

الإعداد

من الضروري أن يكون فريق علاقات المستثمرين مستعداً بشكل جيد لمشاركة المستثمرين لضمان أن تكون الاجتماعات فعالة قدر الإمكان، حيث من شأن مجموعة المواد القوية، التي يتم تحديثها بانتظام وتنسيقها حسب جمهورك، دعم تلك المشاركة. وقد تشتمل تلك المواد على ما يلي:

- العروض التقديمية للمستثمرين.
- الرسائل الرئيسية.
- الأسئلة الشائعة/الأسئلة والأجوبة.
- معلومات مالية تفصيلية دامة.

قبل اجتماعات المستثمرين، يُطّلع فريق علاقات المستثمرين الإدارة التنفيذية على خلفية المستثمر وأسلوب الاستثمار، بالإضافة إلى المسائل التي تمت مناقشتها في الاجتماعات السابقة حيثما كان ذلك مناسباً. وينبغي كذلك تذكير المشاركين في الشركة بالرسائل الرئيسية لضمان اتساق الرسائل بين مختلف المتحدثين الرسميين. وتعد جلسة الأسئلة والأجوبة الختامية لأي اجتماع لعلاقات المستثمرين فرصة جيدة للتفاعل مع جمهور علاقات المستثمرين الرئيسيين. اغتنم هذه الفرصة لرفع مستوى المناقشة وفقاً لما هو مهم لأصحاب المصلحة لديك.

يوصى بتسجيل الاجتماعات في أنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM) مع أي ملاحظات ذات صلة حتى يكون لديك سجل تفصيلي يمكنك الرجوع إليه. يسمح هذا أيضاً بالتحضير قبل الاجتماعات المستقبلية، وهو أمر يحظى بتقدير المستثمرين ويثبت أن الإدارة التنفيذية تأخذ مشاركة المستثمرين على محمل الجد.

قياس الفعالية

للتأكد من أن الشركة تخصص وقتها ومواردها للمستثمرين المناسبين ومنصات المشاركة، قد يكون من المفيد قياس فعالية اجتماعات المستثمرين، من حيث الجودة ونشاط الشراء/البيع بعد الاجتماع.

لقياس جودة اجتماعات المستثمرين، يمكن لفريق علاقات المستثمرين استخدام بطاقة الأداء لتقييم نوع المستثمر ومستوى المشاركة خلال الاجتماع. ويمكن استكمال ذلك بـ "دراسات تصور المستثمرين" لفهم آرائهم وما إذا كانت تلك الآراء قد تغيرت بعد الاجتماعات. يمكن استخدام الأفكار المستمدة من

هذا التحليل لقياس قيمة فرص مشاركة المستثمرين المختلفة ولتشكيل برنامج المشاركة الخاص بك.

الفرص الرئيسية لمشاركة مجتمع المستثمرين

إلى جانب الاجتماعات الفردية المخصصة للمستثمرين، فإن ما يلي هو الفرص الرئيسية للتواصل مع مجتمع الاستثمار وتعزيز علاقاتك معهم، علاوة على التأكد من أن لديهم فهماً متعمقاً لحالة الاستثمار في شركتك.



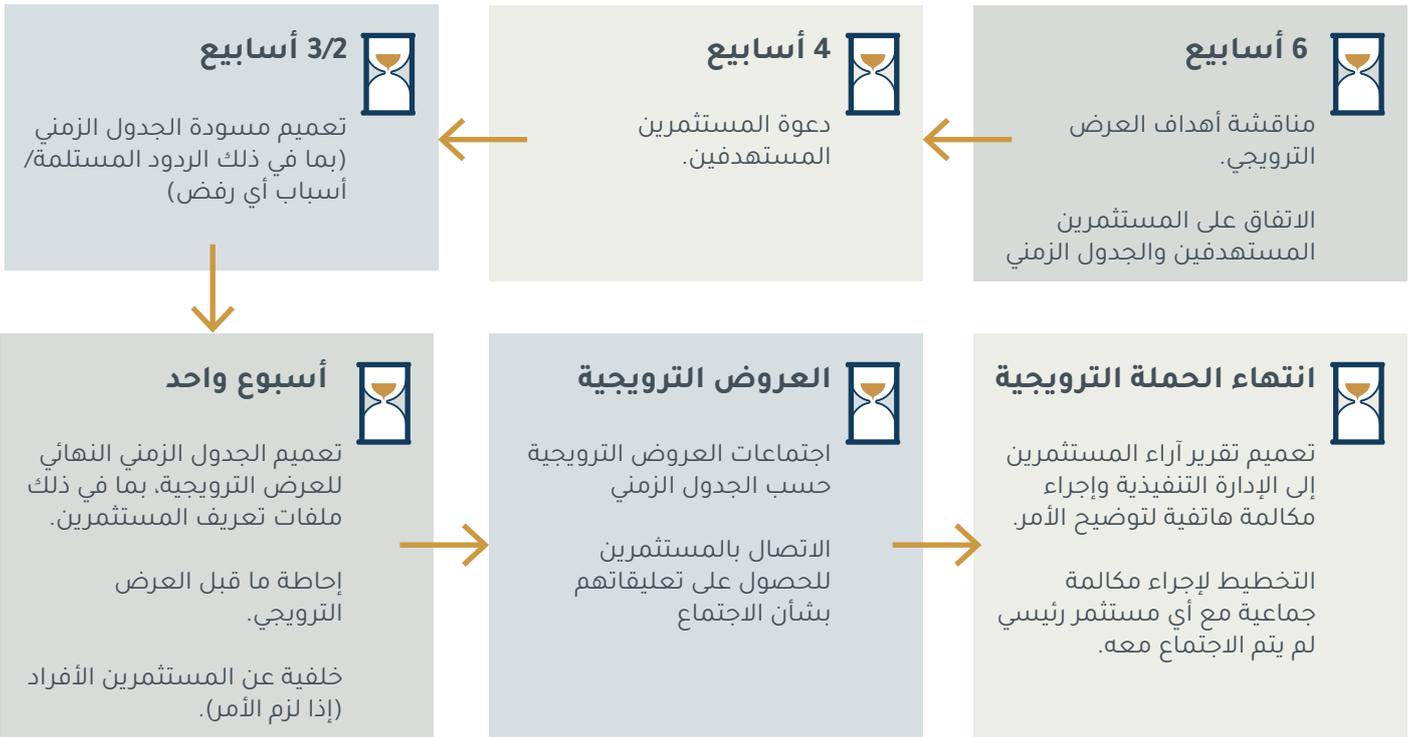
العروض الترويجية للمستثمرين

تشير العروض الترويجية للمستثمرين إلى سلسلة من الاجتماعات بين الإدارة التنفيذية والمستثمرين، والتي عادة ما تنظمها البنوك الاستثمارية و/أو شركات الخدمات المالية لتوفير مقدمة للمستثمرين من الجهات المؤسسية. يمكن استضافة تلك اللقاءات خلال الأحداث رفيعة المستوى لمرة واحدة، مثل الاكتتاب العام الأولي أو جمع المال (والتي يشار إليها في المعتاد بالعروض الترويجية "الصفقات") أو كاجتماعات منتظمة بعد النتائج (والتي يشار إليها في المعتاد بالعروض الترويجية "غير الصفقات").

عادة ما تحظى العروض الترويجية بتقدير كبير من قبل المستثمرين، وهي أداة رئيسية لبناء العلاقات وتعزيزها. كما تنقل الحملات الترويجية الغير مرتبطة بالصفقات رسالة واضحة حول التزام الشركة بعلاقات المستثمرين، حيث تسعى بنشاط للتواصل مع مساهميها. وقد تتخذ العروض الترويجية شكل سلسلة من العروض التقديمية من قبل شركات فردية، أو مناقشة أكثر عمومية حول موضوع بعينه.

عادة ما تتطلب الجولات الترويجية للمستثمرين حضور الرئيس التنفيذي و/أو المدير المالي إلى جانب فريق علاقات المستثمرين. ولتحقيق أقصى قدر من الفعالية، غالباً ما تُجرى العروض الترويجية بالتزامن مع استهداف المستثمرين.

مثال على إعداد الحملات الترويجية للمستثمرين:



مؤتمرات المستثمرين

وبالمثل، لا تزال المؤتمرات الكبيرة قائمة، وإن كان ذلك في أشكال متنوعة، بما في ذلك العروض الافتراضية. ولا شك أنه سيعود اليوم الذي نختبر فيه مجدداً التواجد الجسدي في الأسواق البعيدة، حيث لا غنى عن المقابلات الشخصية. في النهاية، نحن جميعاً كائنات اجتماعية، حيث لم تزل فرصة النظر في أعين بعضنا البعض وقراءة جميع العلامات الأخرى التي نحتاجها لاتخاذ قرارنا مسألة بالغة الأهمية.

وعلى أية حال، للمؤتمرات أغراض أخرى مفيدة لفريق الإدارة التنفيذية المزدهم الأعمال، حيث يتواجد الجميع في نفس المكان وفي نفس الوقت. وعلى الرغم من لوجستيات السفر، يمكن لإدارة علاقات المستثمرين وضع الجداول الزمنية في المراكز المالية الكبرى حول اجتماعات الأعمال الأخرى، ومن ثم يحقق الجمع بين الأعمال وعلاقات المستثمرين أقصى استفادة من أي مؤتمر كبير.

فعاليات أيام المستثمرين/ أيام سوق رأس المال

في المنافسة على رأس المال، من المرجح بالنسبة للشركات التي توفر قدراً أكبر من الشفافية والرؤى والمشاركة الأوسع نطاقاً للإدارة التنفيذية أن تجتذب رؤوس أموال المستثمرين، حيث توفر فعاليات المستثمرين فرصة لتقديمها إلى السوق.

في بعض الأحيان، قد يكون من المنطقي أن ينظر فريق علاقات المستثمرين في تنظيم اجتماعات غير مالية لمجلس الإدارة، بما في ذلك رئيس مجلس الإدارة وكبار المدراء غير التنفيذيين المسؤولين عن المجالات الرئيسية للحكومة وتخطيط التسلسل الوظيفي والمكافآت. ومن الشائع بشكل متزايد أن تطرأ تلك المبادرات في الفترة التالية أو السابقة مباشرة على الاجتماع السنوي للمساهمين، أو متى كانت هناك تغييرات رئيسية في الأعمال، مثل التغييرات في الاتجاه والموظفين.

ما هي فعاليات أيام المستثمرين وما سبب أهميتها؟

تجمع فعاليات أيام المستثمرين بين المستثمرين والمحليين، وأحياناً ممثلي وسائل الإعلام المالية، لتزويد جهات الإصدار بفرصة لتقديم نظرة عامة أكثر تفصيلاً وعن كُتب عن الأعمال.

تعد فعاليات أيام المستثمرين المؤثرة بمثابة منتدى للشركات لعرض عمق وجودة الإدارة التنفيذية، بما في ذلك خطوط الأعمال، ومعالجة أي فجوات معرفية، بالإضافة إلى تقديم وصف مقنع للشركة ورؤيتها. تلك الفعاليات أداة حيوية لتوصيل المعلومات الأساسية على نطاق واسع وعميق إلى المجتمع المالي والاستثماري، مما يؤدي إلى فهم أفضل ونظرة أكثر إقناعاً لعملك كاستثمار.

الصيغة

تتمثل الصيغة النموذجية لفعاليات أيام المستثمرين إما في حدث لمدة نصف يوم أو ليوم كامل، بما يشتمل على عدد من العروض التقديمية، وربما جلسات النقاش، وأسئلة وأجوبة مع الإدارة التنفيذية، تعقبها زيارات ميدانية اختيارية متى كان ذلك مناسباً. عادة ما تعقد فعاليات أيام المستثمرين في مقر الشركة كل 12-24 شهراً، أو عند حدوث تغيير كبير في عمله.

مع تزايد مشاركات المستثمرين الرقمية، أصبح توفير خيار البث عبر شبكة الإنترنت لأولئك الغير قادرين على الحضور شخصياً إنما يزيد من مدى وصول فعالية أيام المستثمرين الخاصة بك بشكل كبير. ينطبق هذا أيضاً على الشركات التي لديها قاعدة متنوعة من المستثمرين في جميع أنحاء العالم، والذين يمكنهم إما متابعة الحدث مباشرة أو الوصول إليه بعد فترة وجيزة من خلال قسم علاقات المستثمرين بالموقع الإلكتروني.

الحضور

أمراً بالغ الأهمية لكي يرى السوق القيمة في ذلك اليوم، حيث تشمل تلك العناصر الأساسية التي يجب تغطيتها على ما يلي:

- استراتيجية الشركة.
- نظرة عامة على نموذج الأعمال.
- نظرة تشغيلية متعمقة.
- الأداء المالي والتشغيلي.
- خطط ومبادرات النمو.
- خطط تخصيص رأس المال (على سبيل المثال: استراتيجية الاندماج والاستحواذ).
- إدارة المخاطر وخطط الطوارئ.
- الإرشادات (تحتاج إلى موافقة الجهة المنظمة في بعض الأسواق).
- نظرة عامة على السوق/ الصناعة.

بعد فعاليات أيام المستثمرين

تُعد فعاليات أيام المستثمرين فرصة للمشاركة العميقة مع أصحاب المصلحة الرئيسيين، مما يمنح فريق علاقات المستثمرين رؤى حول تصوراتهم لأعمالك. بعد كل من تلك الفعاليات، استخدم هذه الأفكار لتشكيل استراتيجية علاقات المستثمرين ورسائلها، مع التأكد من أن ذلك يعالج أي فجوات في المعلومات أو مفاهيم خاطئة في السوق.

ومن شأن إجراء دراسة تصويرية أخرى بعد فعالية أيام المستثمرين تقديم الدعم لفريق علاقات المستثمرين في قياس فعالية الحدث وفهم ما إذا كان قد ترك أثراً من حيث فهم السوق للشركة ورؤيتها.

الخلاصة - مفاتيح نجاح فعاليات أيام المستثمرين

- توصيل المعلومات الجديدة.
- معالجة الفجوات في المعرفة والفهم.
- تعزيز الرسائل الرئيسية.
- عرض عمق ونوعية فريق الإدارة التنفيذية.
- ضمان القبول المبكر والمشاركة المستمرة من جانب المشاركين في الشركة.

ينبغي أن يشتمل المدعوون الرئيسيون على ما يلي:

- محللو جانب البيع.
 - المساهمون الحاليون.
 - المستثمرون المحتملون.
 - مستثمرو الديون، حيثما ينطبق ذلك.
 - مستشارو الخدمات المصرفية الاستثمارية.
- ينبغي أيضاً النظر في دعوة مجموعة مختارة من الصحفيين الماليين أو العاملين في مجال الصناعة المعنية. لا يحضر مستثمرو التجزئة فعاليات أيام المستثمرين في المعتاد، إلا أنه من الأهمية بمكان توصيل الرسائل الرئيسية بشكل فعال إلى تلك المجموعة الأوسع من المستثمرين من خلال التحديثات المباشرة حول الحدث على منصات التواصل الاجتماعي، مثل LinkedIn.

لدعم نجاح المشاركة في فعالية أيام المستثمرين، من المعتاد تثبيت التواريخ حول فعاليات أيام المستثمرين الرئيسية، مثل مؤتمرات الصناعة/المستثمرين في نفس الموقع.

المشاركون في الشركة

تعتبر فعاليات أيام المستثمرين فرصة لعرض قوة القيادة ولأصحاب المصلحة للتفاعل مع فريق الإدارة التنفيذية لديك. ولذلك، يتعين أن يكون هناك تمثيل أوسع من الإدارة التنفيذية في تلك الفعاليات مقارنة بغيرها من عمليات المستثمرين والمحليين، والتي عادة ما يقودها الرئيس التنفيذي والمدير المالي وفريق علاقات المستثمرين.

يمكن أن يشتمل المشاركون على مدراء تنفيذيين آخرين مثل الرئيس التنفيذي للعمليات، والرئيس التنفيذي للتسويق، والرئيس التنفيذي للتكنولوجيا، وهكذا، علاوة على قادة الأعمال الرئيسيين، والإدارة التشغيلية، والمتخصصين في المنتجات أو الخدمات، والمتخصصين في شؤون الحوكمة والمسؤولية البيئية والاجتماعية ESG، كمتحدثين مؤهلين في المواضيع الرئيسية المزمع تغطيتها.

من الضروري تأمين مشاركة المشاركين الرئيسيين مبكراً وضمن المشاركة المستمرة من جانبهم بينما تستعد لفاعليات أيام المستثمرين الخاصة بك، على أن تشمل العناصر الأساسية لإعداد المشاركين على ما يلي:

- إعداد محتوى العرض التقديمي.
- تدريبات العرض التقديمي.
- إعداد الأسئلة والأجوبة.

المواضيع الرئيسية

قد يوفر إجراء دراسة للتصورات قبل فعاليات أيام المستثمرين الخاص بك رؤى قيمة تساعد في وضع جدول أعمال اليوم، مما يضمن معالجة أي ثغرات معرفية أو مفاهيمية يتم الوقوف عليها، فضلاً عن تطوير رسائل مقنعة لتكرارها على مدار اليوم. ويُعد توصيل المعلومات الجديدة خلال فعالية أيام المستثمرين

زيارات الموقع

إذا كان لدى شركتك أصول لعرضها؛ على سبيل المثال، مرافق إنتاجية ومصانع، وما إلى ذلك، قد تكون زيارات الموقع وسيلة قوية لنقل قصة استثمارك. فهي تمنح المستثمرين والمحللين فهماً أعمق لعمليات عملك، بالإضافة إلى تنفيذها ومشاريعها وخطط نموها. كما تسمح زيارات الموقع أيضاً للمستثمرين بالتفاعل مع مجموعة واسعة من قادة الشركة والتعرف بشكل أعمق على الأصول الأساسية.

عادةً ما تقوم جهات الإصدار التي لديها أصول تشغيلية بزيارة مُحلل للموقع كل عامين، تدعو إليها جميع المحللين الذين يقومون بتغطية أسهمهم لزيارة عملياتهم. بالإضافة إلى ذلك، يتم ترتيب زيارات الموقع من جانب الشراء بشكل مخصص بناءً على طلب المستثمرين.

قد تتمحور زيارات الموقع حول إعلان ما من جانب الشركة، مثل افتتاح مرافق جديدة أو بدء تشغيل مشروع جديد، وذلك بغية استكمال الإعلان وتوفير فرصة لمجتمع الاستثمار لرؤية العمليات الجديدة قيد التنفيذ.

وتشتمل الزيارة النموذجية للموقع على عروض تقديمية من الإدارة التنفيذية وجلسة أسئلة وأجوبة، تليها جولة ميدانية. ومن الشائع بالنسبة للمدراء الفنيين والتشغيليين، القادرين على تقديم معلومات تفصيلية وتحديثات حول العمليات التجارية، المشاركة والتفاعل مع المحللين والمستثمرين أثناء زيارات الموقع مما يوفر فرصة لعرض جودة الفرق التشغيلية في شركتك، وكذلك تسمح لمجتمع الاستثمار الحصول على معلومات مباشرة وحديثة عن العمليات والأنشطة. ومن الواضح أن الإعداد الشامل لجميع الموظفين هو مفتاح النجاح، لا سيما أولئك الذين يُتوقع منهم تقديم الزوار والتفاعل معهم.

من شأن تطوير فهم متعمق للأعمال وعملياتها من خلال زيارة الموقع مساعدة المحللين على إجراء توقعات أكثر دقة ويمكن أن يدعم قرارات المستثمرين الاستثمارية، ومن ثم توليد تقييم كامل وعادل لعملك.

معلومات السوق والإجماع

يقوم بأنعو البيانات العالميون بعمل رائع في جمع بيانات السوق في الوقت الفعلي وتحليلها وتقديمها للسوق بطرق مفيدة، بما في ذلك معلومات للشركات ومجتمع الاستثمار. ويمكن استخلاص البيانات المتعلقة بالجوانب الجديدة لعلاقات المستثمرين، مثل الحوكمة والمسؤولية البيئية والاجتماعية ESG، بشكل متزايد من مجموعة متنوعة من مؤشرات السوق والتحليلات وغيرها من معلومات السوق.

من منظور علاقات المستثمرين، لا تعكس البيانات المقدمة أقرانك فحسب بقدر ما تعكس كيفية رؤية السوق لشركتك، وهنا يأتي دور علاقات المستثمرين في البقاء على اطلاع دائم بجميع تلك البيانات. ومن الضروري التأكد من مشاركة جميع المعلومات الجوهرية والمفيدة مع مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية، كجزء من عملية التفكير الاستراتيجي للشركة.

في الأوقات غير المستقرة، عندما تكون الأسواق أكثر تقلباً، تُعد المعلومات المقدمة في الوقت المناسب مسألة أساسية، وإذا تضطع علاقات المستثمرين بدور جمع البيانات ومراقبتها. وإذا أخذنا في الاعتبار جوانباً أخرى من البيانات، بما في ذلك رؤية قيمتها من منظور المستثمرين، يمكننا أن نبدأ في فهم كيفية استخدامها بشكل أكثر منطقي. واليوم، يبدو أنه لا توجد حدود لما يمكننا القيام به، من استخدام الذكاء الاصطناعي إلى تحليل معلومات الشركة تفصيلاً لمجموعة أوسع من أصحاب المصلحة.

لإدارة الإجماع، أي إدارة التوقعات بناءً على رؤية السوق للأرباح المتوقعة لشركتك، دور مهم ينبغي أن تتقنه إدارة علاقات المستثمرين، بما في ذلك مراقبة جميع التقارير الخارجية عن الشركة، بالإضافة إلى أي تقديرات للأرباح المتوقعة وتوصيات الوسطاء.

تشير أفضل الممارسات إلى أنه ينبغي على الشركات مشاركة وجهة نظرها حول ما يشكل الإجماع. يستند هذا في بعض الأحيان إلى توجيهات من الشركة، أو في حال لم يكن الأمر كذلك ينبغي على الأقل أن يتضمن ملخصاً لوجهة نظر السوق وكيف تشكلت. على سبيل المثال، عدد توقعات المحللين المتضمنة ومتوسط وأعلى وأدنى تلك التوقعات، وإيجابيات وسلبيات كل منها.

ومن الناحية المثالية، ينبغي نشر تلك المعلومات في قسم علاقات المستثمرين على الموقع الإلكتروني للشركة مع أهمية الحفاظ على تحديث أرقام الإجماع لصالح السوق الأوسع واستخدام نفس التعريف باستمرار. وبطبيعة الحال، ينبغي إطلاع مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية بانتظام على أرقام الإجماع.

دراسات التصور

المواضيع التي يتم تناولها وقد تشتمل على عدد من المواضيع التالية:

- القضايا الرئيسية المحيطة بأسهمك كاستثمار.
- محفزات للاستثمار/الخروج (الترقية/التخفيض).
- نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات (SWOT).
- آراء حول سياسة توزيع أرباح الشركة.
- تماسك ومصداقية الاستراتيجية.
- آراء حول الإدارة التنفيذية وفريق علاقات المستثمرين.
- وجهات نظر القطاع، ونظراء الاستثمار المتصوّرين، ومقارنة مجموعة النظراء.
- الإيجابيات والسلبيات النسبية لعروض الاستثمار المختلفة.
- آراء حول الإفصاح والتوجيه وحوكمة الشركات.

تهدف نتائج الدراسة لمساعدتك في تحسين استراتيجية علاقات المستثمرين الخاصة بك ونهجك في التواصل مع السوق، بالإضافة إلى تسليط الضوء على كيفية تأثير ذلك على ممتلكات المستثمر.

في بعض الحالات، يمكن استخدام تلك النتائج كمقياس لمؤشرات الأداء الرئيسية KPIs لفريق علاقات المستثمرين، لا سيما إذا تم إجراؤها على أساس منتظم، إن لم يكن سنوياً.

هل ظهرت أي مواضيع جديدة؟

ولعل من غير المستغرب ونظراً لأهميتها في العلاقات مع المستثمرين، أن يكون الاتجاه الأخير هو ظهور دراسات التصور الخاصة بالحوكمة والمسؤولية البيئية والاجتماعية ESG لمساعدة جهات الإصدار على فهم الأهمية المتزايدة للبيئة والمجتمع والحوكمة، وكيف يمكن أن يؤثر ذلك على قرارات الاستثمار لكل من المستثمرين الحاليين والمحتملين. تضمن الأسئلة الشائعة في هذا الصدد على ما يلي:

- هل تظهر جوانب الحوكمة والمسؤولية البيئية والاجتماعية ESG في فحص الاستثمار الخاص بك؟
- ما هي الأمور ذات الأهمية الخاصة فيما يتعلق بموضوعات الحوكمة والمسؤولية البيئية والاجتماعية ESG؟
- كيف تقيم تركيزنا على الحوكمة والمسؤولية البيئية والاجتماعية ESG؟

تُمكن دراسات تصور علاقات المستثمرين الشركات مما يلي:

غالباً ما يكون فهم موقعك الآن أمراً بالغ الأهمية لتحديد كيفية الوصول إلى وجهتك النهائية. ينطبق هذا بشكل خاص عندما يتعلق الأمر بالاتصالات المؤسسية والمالية، والتي يجب أن تستند إلى فهم واضح للتصور الحالي لمجتمع الاستثمار فيما يتعلق بأعمالك واستراتيجيتك والإدارة التنفيذية.

على الرغم من أنك قد تتلقى بالفعل تعليقات منتظمة من المستثمرين، إلا أن الطبيعة السرية لعملية المقابلة في دراسات التصور تعني أنك ستلقى تعليقات مباشرة أكثر بكثير من تلك المطروحة في الاجتماعات أو في العروض الترويجية.

ما هي؟

تتمتع دراسة التصورات المعدة جيداً بعدد من المزايا مقارنة بمحادثات المستثمرين اليومية، بدءاً من اتساع نطاق المحادثة وعدد الأشخاص الذين يتم التحدث إليهم، وصولاً إلى تفاصيل المحادثة وتوقيتها. تسمح لك الدراسة بجمع وجهات نظر بعيدة الأمد من جمهور المستثمرين، بينما المحادثات حول النتائج والإعلانات والمؤتمرات، بطبيعتها، أكثر تركيزاً على المواضيع قريبة الأمد. تتيح لك تلك الدراسات تطوير استراتيجية اتصالات بعيدة الأمد وتقييم ما إذا كانت خطتك (أولاً) تلقى صدى لدى قاعدة المستثمرين، وثانياً، ما إذا كنت تقوم بتوصيلها بشكل فعال.

ثمة خطر من أن محادثاتك اليومية مع مجموعات من المستثمرين أو الأطراف المهتمة تعطيكم رؤية غير كاملة لأسهمك. أما دراسة التصور الجيد فتنتقل خارج تلك المجموعة للتحدث إلى المستثمرين الذين ينبغي أن يكونوا مهتمين ولكنهم غير مستثمرين حالياً. فهي تساعد على معرفة سبب عدم امتلاكهم أي حيازات حالياً، و مستقبلاً نأمل في إشراكهم في المضي قدماً بطريقة استباقية.

بالإضافة إلى ذلك، تسمح الدراسة الشاملة لمسؤول علاقات المستثمرين بتقديم تحليل كمي حول التعليقات والملاحظات الرئيسية، بدلاً من رفض بعض التعليقات من قبل اجتماعات المستثمرين باعتبارها تعليقات "غير متكررة". كما توفر تلك العملية للإدارة التنفيذية قناة لا تحمل اسماً محدداً بشأن من تمت مقابلتهم، وهو أمر يحظى بتقدير كبير وينعكس بشكل إيجابي على الشركة للسعي بنشاط للحصول على تعليقات من الجماهير المستهدفة الرئيسية.

علام تنطوي؟

تُجري الدراسات النموذجية مقابلات بين 20-25 مستثمراً عبر المقابلات الهاتفية أو الاستطلاع عبر شبكة الإنترنت، حيث قد تتنوع



تعزيز جودة برنامج علاقات المستثمرين الخاص بالشركة بشكل استباقي



أداء فريق علاقات المستثمرين المعياري مقارنة بأقرانه في القطاع



احصل على تعليقات مباشرة من المستثمرين والمحللين لتحسين أداء علاقات المستثمرين



تحديد نقاط القوة والتحديات التي يواجهها قسم علاقات المستثمرين

الاتصالات الاستراتيجية

علاقات المستثمرين والعلاقات العامة

لطالما كانت وجهة النظر المتعلقة باتصالات الشركات هي أنها تكفي لجميع الاتصالات، بما في ذلك علاقات المستثمرين. إلا أنه قد ثبت أن الحال ليس كذلك نظراً لأن تباين الجماهير بما في ذلك مجتمع الاستثمار المتطلب والمتطور للغاية يعني أن علاقات المستثمرين تقدم عرضاً مختلفاً تماماً عن اتصالات الشركات والعلاقات العامة إلى جمهور مستهدف مختلف تماماً.

عادة ما تكون العلاقات العامة جزءاً من برنامج التسويق الخاص بالشركة، وتهدف إلى تقديم منتجات الشركة وخدماتها بأفضل شكل ممكن. ومع ذلك، تهدف علاقات المستثمرين إلى توفير فهم عادل ومتوازن لاستراتيجية الأعمال وآفاقها للمستثمرين المحتملين والفاعلين، من بين أصحاب المصلحة الآخرين.

تحتاج علاقات المستثمرين (إلى هذا الحد) إلى تقديم رؤية كاملة وشاملة للأعمال، بينما تميل العلاقات العامة إلى اعتماد نظرة أكثر إيجابية على الأعمال وما تقدمه للعملاء وأصحاب المصلحة الآخرين.

في نهاية المطاف، ينبغي أن يكون التقييم السوقي الكامل والعدل لجهة الإصدار هو الهدف الرئيسي لعلاقات المستثمرين الفعالة، وهو الأمر الذي يتسنى من خلال خفض التكلفة المتوقعة لرأس المال ومن ثم تسهيل جمع رأس المال من خلال أسواق الأسهم والديون في المستقبل، أو إجراء عملية استحواذ باستخدام أسهم جهة الإصدار كعملة، وهي واحدة من الفوائد الرئيسية للطرح العام في المقام الأول.

من شأن التغييرات التنظيمية وقوى السوق الجديدة، بما في ذلك منصات وسائل التواصل الاجتماعي، دفع جهات الإصدار إلى إعادة التفكير في التواصل. وعلى خلفية الأسواق المتقلبة، والضغط المتزايد لتحقيق الشفافية، وصعود نشاط المساهمين، باتت الحاجة إلى التفاعل الفعال والمباشر مع مجتمع المستثمرين وأصحاب المصلحة الآخرين أمر بالغ الأهمية.

أفضل ممارسات التواصل

تبدأ أفضل الممارسات بمقارنة ما هو موجود وقائم - تحديد من يقوم بأفضل عمل فيما يتعلق بالسوق. لا حرج في اعتماد أفضل الأفكار واتباعها باعتبارها خاصة بك. ومع ذلك، عليك أولاً أن تضع نفسك في موضع جمهورك وتحدد المطلوب ثم تبدأ في وضع سيناريو علاقات المستثمرين داخلياً بكل المدخلات التي تحتاجها.

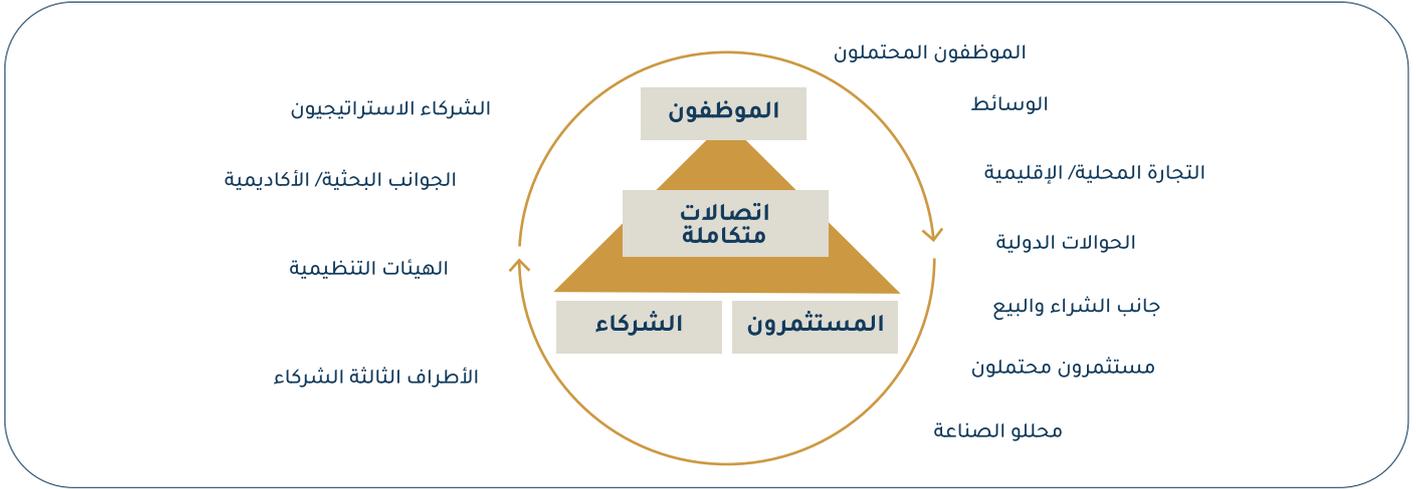
إليك بعض مبادئ أفضل الممارسات التي يجب اتباعها، والبدء على نطاق واسع في تكرار ما هو على المحك، وتطوير برنامج علاقات المستثمرين الخاص بك لمخاطبة جمهورك المستهدف:

- حالة استثمارية مقنعة: تقديم رسالة واضحة وموجزة وكاملة ومقنعة ومتسقة.
- تحقيق التوقعات: إنشاء وإدارة توقعات جميع أصحاب المصلحة.
- تحسين العلاقات مع جماهير البيع والشراء: اتصالات استباقية تعمل على تحسين استخدام وقت الإدارة التنفيذية.
- رؤية أفضل: تأمين أفضل المنصات للإدارة التنفيذية واستخدام الوسائط المالية لصالحك.
- التقييم العادل وتكلفة أقل لرأس المال: خلق الطلب على أسهمك من خلال استهداف المستثمرين، وقياس أداء مجموعة النظراء، والتحليل، مع خفض التكلفة المستقبلية لرأس المال من خلال تطوير علاقات قوية مع متابعي أسواق رأس المال.

كيف يبدو برنامج أفضل ممارسات علاقات المستثمرين؟

1. تحديد وفهم الجماهير:

- كي تتمكن جهة الإصدار من تحقيق أهدافها المتعلقة بالاتصالات، يتعين عليها تحديد وفهم الجماهير الأكثر أهمية. تتباين جماهير أصحاب المصلحة، من وسائل الإعلام والمستثمرين والمحليين إلى الموظفين وهيئات الصناعة والعملاء والجهات التنظيمية وغيرها.
- يلزم أن تكون اتصالات المستثمرين منسقة، مع مراعاة متطلبات ومصالح الجماهير الفردية.



2. إنشاء وظيفة فعالة:

- تحديد الأدوار والمسؤوليات للوفاء بالالتزامات كشركة مدرجة.
- بغض النظر عن حجم وهيكل جهة الإصدار يجب أن تعمل إدارة علاقات المستثمرين وإدارة الاتصالات جنباً إلى جنب مع فهم كل منهما لمسؤولياته وحدوده.
- ينبغي تكييف سير العمل لتلبية متطلبات علاقات المستثمرين والإفصاح. وفي جميع الحالات تقريباً، ينبغي تعيين متخصص في علاقات المستثمرين بدوام كامل.

3. دمج تقويم الاتصالات:

- يعد البرنامج المتجدد والمنظم بشكل جيد مسألة أساسية لإدارة متطلبات الإفصاح وضمان الاتصالات الاستباقية مع أصحاب المصلحة.
- ينبغي أن تتماشى وظائف علاقات المستثمرين والاتصالات مع التزاماتها وأولوياتها المحددة للعام، مما يؤدي إلى تعظيم الفرص بين فترات التوقف في دورة إعداد التقارير القانونية.

4. مشاركة صندوق الأدوات:

طور مجموعة أدوات شاملة لعلاقات المستثمرين قابلة للتحديث على أساس ربع سنوي وسنوي، حيث يتعين أن تعمل إدارتا علاقات المستثمرين والاتصالات معاً في تطوير الأدوات المتاحة لهم ثم نشرها، بما في ذلك:

- الرسائل
- استراتيجية علاقات المستثمرين
- دراسات التصور
- بيانات وقائع المستثمر والعروض التقديمية وإصدارات الأرباح
- رسائل الحوكمة والمسؤولية البيئية والاجتماعية ESG
- التقارير المؤسسية
- الموقع الإلكتروني لعلاقات المستثمرين

يتطور برنامج اتصالات المستثمرين الناجح باستمرار. وبعد إنشاء وظيفة علاقات المستثمرين ووضع جدول أعمالها، من الضرورة بمكان استبقاء الزخم من خلال المشاركة المستمرة، وتزويد المستثمرين بما يحتاجون إلى معرفته حول الأعمال. ومع ذلك، فإن المشاركة طريق ذو اتجاهين، حيث يمكن تحقيق التفاعل الهادف من خلال المنصات والقنوات، بما في ذلك فعاليات المستثمرين، واجتماعات الجمعية العمومية السنوية، وزيارات الموقع، والتقرير السنوي، واستطلاعات رأي المستثمرين/السوق لفهم تصورات الشركة.

اتصالات علاقات المستثمرين

قنوات الاتصال:

الموضوعة، بما في ذلك توصيل الرسائل الرئيسية من خلال المتحدث الرسمي المعني بالشركة.

المشاركة في المؤتمرات

من شأن المؤتمرات المنتظمة تمكين علاقات المستثمرين من التواصل مع الشركة والإدارة التنفيذية وتقديمهما لمجتمع الاستثمار. ومع ذلك، قبل حضور أي مؤتمر، ينبغي على علاقات المستثمرين التأكد من أن جدول الأعمال يجذب الجمهور المستهدف المناسب ويسمح للشركة بالتعبير بشكل فعال عن مقترحاتها الاستثمارية، حيث الإعداد هو المفتاح لتحقيق ذلك.

التقرير السنوي

من المرجح أن يكون التقرير السنوي هو التقرير الأكثر شمولاً عن الأعمال، وينبغي أن يوضح تفصيلاً أنشطة الشركة على مدار العام السابق، بما في ذلك البيانات المالية ومراجعة الإدارة التنفيذية للنتائج والخطط والمبادرات المستقبلية. وغالباً ما تكون التقارير السنوية هي نقطة الاتصال الأولى لاستفسارات المساهمين وأصحاب المصلحة الآخرين.

يمكن لعلاقات المستثمرين العمل عبر وظائف رئيسية أخرى في تجميع التقرير السنوي كسجل دائم ومهم للأعمال. عند إعداد التقرير السنوي، يمكن لعلاقات المستثمرين النظر فيما يلي:

- **المحتوى:** تتأكد إدارة علاقات المستثمرين من أن محتويات التقرير السنوي شاملة وواضحة ومفهومة للجمهور المستهدف بسهولة، علاوة على التأكد من أن محتويات التقرير السنوي تلبى متطلبات اللوائح ذات الصلة، حيثما ينطبق ذلك.
- **التصميم:** مع الأخذ في الاعتبار مبادئ وبروتوكولات الاتصال، يمكن لإدارة علاقات المستثمرين اختيار تصميم يمكن القراء من التنقل بسهولة عبر محتويات التقرير والانتباه إلى المعلومات الأساسية. كما يتعين أن يتسق التصميم مع استراتيجية العلامة التجارية للشركة ودليل هويتها المؤسسية.

- **التوزيع:** تحدد إدارة علاقات المستثمرين الشكل والقنوات التي يتم من خلالها توزيع التقرير السنوي، سواء في شكل مطبوع أو إلكتروني، من خلال البريد السريع أو على الموقع الإلكتروني، اعتماداً على متطلبات المستخدم المقصود، بالإضافة إلى اللوائح ذات الصلة، حيثما ينطبق ذلك.

- **ملائمة التوقيت:** تضمن إدارة علاقات المستثمرين إعداد التقرير السنوي وإرساله، أو إتاحتها للمستخدمين المستهدفين، في الوقت المناسب.

- **اللغة والأسلوب:** ان اعداد التقرير السنوي باللغة والأسلوب الملائم هو امر أساسي لذا يتوجب بذل العناية عند اعداده لضمان وضوحه وملائمته للاطراف ذات العلاقة المستهدفة.

تستخدم إدارة علاقات المستثمرين قنوات مختلفة للتواصل والبقاء على اتصال، ومن ثم الحفاظ على العلاقات مع مختلف أصحاب المصلحة في مجتمع الاستثمار. تشمل قنوات الاتصال على ما يلي على سبيل المثال لا الحصر:

لقاءات مع مجتمع الاستثمار

تعد الاجتماعات الفردية إحدى أكثر الطرق فعالية للتواصل مع مساهمي الشركة، حيث يمكن للإدارة التنفيذية استخدام تلك الاجتماعات لتقديم أو توفير تحديثات حول أداء الشركة والخطط المستقبلية وإعلانات السوق. تعمل تلك الاجتماعات على تعزيز المناقشة ومعالجة مخاوف أو استفسارات المساهمين في بيئة تخضع للتنظيم والإدارة.

تتحمل علاقات المستثمرين مسؤولية ضمان تخطيط جميع الاجتماعات بشكل صحيح، وتنسيقها مع جميع أصحاب المصلحة، وإجرائها وفقاً للوائح الشركة واللوائح ذات الصلة. وقبل عقد الاجتماعات، يتعين على إدارة علاقات المستثمرين التأكد من إطلاع أي إدارة تمثل الشركة بشكل مناسب وإعدادها جيداً لمناقشة البنود المدرجة في جدول الأعمال. كما يتعين على علاقات المستثمرين التأكد من إعداد مواد الاجتماع بشكل صحيح وتصميمها خصيصاً بما يتناسب مع المشاركين.

البيانات الصحفية والمؤتمرات

يمكن للشركة كذلك استخدام البيانات الصحفية والمؤتمرات للتواصل مع مجتمع الاستثمار العام. فالبيان الصحفي هو صورة من صور الاتصالات الخطية أو المسجلة، موجه إلى أعضاء وسائل الإعلام لإصدار إعلان للجمهور، بينما المؤتمر الصحفي هو اجتماع يتم تنظيمه لتوزيع المعلومات على وسائل الإعلام والإجابة على أسئلة الصحفيين عند إجراء بيان صحفي أو مؤتمر صحفي. يجب على إدارة علاقات المستثمرين النظر في إجراء إحاطات أساسية للسماح للصحفيين أو العاملين في وسائل الإعلام بمعرفة المزيد عن الشركة، كما يمكن للإدارة استخدام تلك الإحاطات الأولية لبناء علاقات جيدة مع الإعلاميين ووضع الإدارة التنفيذية كخبراء في السوق أو القطاع.

تقوم إدارة علاقات المستثمرين بالتنسيق مع وظائف الاتصالات الأخرى لإصدار بيانات صحفية أو تنظيم مؤتمرات صحفية، علاوة على وجوب التنسيق مع المتحدث الرسمي المعتمد الذي سيمثل الشركة في المؤتمر الصحفي في الإدلاء بالبيانات وتوصيل الرسائل لغرض العلاقات العامة وجذب المستثمرين. قد تشمل المواضيع المخصصة للمستثمرين على ما يلي:

- الإستراتيجية وخطط العمل للفترة القادمة.
- النتائج المحققة/ تحقيق/ تجاوز الأهداف المخطط لها.
- إدخال تحسينات على الإدارة الحالية للشركة.
- تحسينات حول الفعالية التشغيلية وغيرها.

بالتنسيق مع إدارة الاتصالات المؤسسية بالشركة، تعمل إدارة علاقات المستثمرين على التأكد من سير جميع الأمور وفقاً للخطة

الاستراتيجية الإعلامية

يلزم استكمال برنامج علاقات المستثمرين الناجح باستراتيجية إعلامية فعّالة. فعند نشرها بشكل صحيح، قد تؤثر الإستراتيجية الإعلامية بشكل إيجابي على تصورات قاعدة المستثمرين لدى جهة الإصدار، وأصحاب المصلحة الرئيسيين، ومجتمع الاستثمار الأوسع نطاقاً. ومن خلال إظهار قدرة الشركة على تحقيق الأهداف المشتركة بشكل فعال ومستمر، وإيجاد التوافق مع أصحاب المصلحة (مثل شركاء الأعمال والعملاء)، فإن الشركة تؤكد قدرتها على خلق قيمة مستدامة بعيدة الأمد للمستثمرين. وفيما يلي الاعتبارات الرئيسية لبناء استراتيجية إعلامية فعّالة.

بناء علاقاتك مع وسائل الإعلام

نحن نعيش في عصر دورة الأخبار على مدار 24 ساعة. تصدر قضايا الشركات العناوين الرئيسية ويمكن أن تأخذ منعطفات ضارة، حيث يتم تحليل ردود الشركة بتفاصيل دقيقة. ولذا، يتعين عليك التعامل مع المحررين والمراسلين الأكثر أهمية لعملك. والأهم من ذلك هو جوهر وجود الشركة والغرض منها. تأكد من فهمهم الواضح لطبيعة عملك، والدور الذي تلعبه في الصناعة، والمساهمة التي تقدمها للقطاع والاقتصاد، فضلاً عن الهدف الشامل الذي يحفز إجراءات شركتك ويزوّدها بالمعلومات. فلهذا السياق أهمية بالغة عند وضع القلم على الورق في حالة وجود أخبار عاجلة عن شركتك أو القطاع الذي تعمل به.

إظهار المساءلة بما يتجاوز النتائج المالية

يزداد عدد المستثمرين العالميين الذين يرغبون في معرفة ما تفعله المؤسسات للتأثير على القضايا الاجتماعية والسياسية، وكيفية تصديها للتحديات المجتمعية الأوسع، أو ببساطة معرفة موقفهم من الموضوعات ذات الصلة. فهم يرغبون بشكل متزايد في الارتباط بمؤسسات لها دوافع أوسع نطاقاً من مجرد توليد العائدات للمساهمين.

ولذا، يتعين أن تثبت الشركات غرضها للمجتمع بما يتجاوز المتطلبات القليلة لنموذج العائد الإجمالي للمساهمين الذي عفا عليه الزمن. تحتاج استراتيجيتك الإعلامية أن تنقل الغرض من شركتك: أي القيمة التي تقدمها للمجتمع والاقتصادات التي تعمل بها.

الاستنتاج

يتعين على مجلس الإدارة وفرق الإدارة التنفيذية ومتخصصي علاقات المستثمرين النظر في أفضل السبل لحماية ترخيص الشركة للعمل وتحقيق عوائد طويلة الأجل. لذلك، يجب أن تكون إستراتيجيتك الإعلامية مدعومة بفهم قوي للغرض، وقاعدة المستثمرين الحالية، وقاعدة المستثمرين المستهدفين، بالإضافة إلى أصحاب المصلحة الأوسع نطاقاً والمنافذ الإعلامية الرئيسية التي يتفاعلون معها.

على غرار الطريقة التي تتعامل بها مع مجتمع الاستثمار، تهدف اتصالاتك مع وسائل الإعلام إلى الالتزام ببعض المبادئ الأساسية على النحو التالي:

- الشفافية
- الدقة
- الاستجابة في الوقت المناسب
- الحوار المتبادل بين الطرفين

فوائد البرنامج الإعلامي

- يتيح تطوير العلاقات مع وسائل الإعلام ويسمح بتوعية الصحفيين حول الفروق الدقيقة في سيناريو عملك والأسهم لديك.
- توصيل سيناريو أسهمك بشكل فعال إلى السوق من خلال طرف ثالث، مما يضيف مصداقية إلى الرسالة.
- خلال أوقات الأزمات أو فترات الأخبار السلبية، يمكن الاستفادة من علاقات جهة الإصدار مع وسائل الإعلام للمساعدة في ضمان حصول الشركة على حصة عادلة من الصوت في دورة الأخبار.

وسائل التواصل الاجتماعي

ابقى على صلة

انشر أخبارك بانتظام (على الأقل مرتين أسبوعياً). من المرجح أن يتابعك المستثمرون والمحللون إذا حرصت على نشر أموراً ذات أهمية بالنسبة لهم. ضع خطة محتوى واضحة وموجزة تمتد لثلاثة أشهر تتضمن المحتوى المتعلق بالصفقات وأي محتوى آخر مع مراعاة التقييم المالي. من الجيد أن تدرج أيضاً في تلك الخطة عمليات الاندماج والاستحواذ، ومشاريع النفقات الرأسمالية، وإطلاق المشروعات الرئيسية، وفعاليات المستثمرين، وزيارة المواقع، والمؤتمرات، وتغيير القيادات، والأخبار الأخرى ذات الصلة.

هدّب المحتوى الذي تقدمه

احرص على أن يكون المحتوى الذي تقدمه مفهوماً وملفتاً وجذاباً. على سبيل المثال، تُعد المقالات القيادية الفكرية أنسب لمنصة "LinkedIn"، بينما منصة "X" هي الأنسب لنشر الأخبار الحساسة للوقت. أبذل جهدك في إثراء المحتوى بالرسوم البيانية، ومقاطع الفيديو، والصور، ومقالات الإدارة التنفيذية في قيادة الفكر، وبثّ التحديثات حول أهم للأحداث الرئيسية.

انتقِ منصتك

منصات "X" و"LinkedIn" و"YouTube" هي أفضل الخيارات عندما يتعلق الأمر بعلاقات المستثمرين، اختر من بينها حسب القطاع الذي تعمل فيه وحسب قدراتك. أنشئ اسم معرف للتعامل بالمال (\$) كاش تاج) وعلامات تصنيف (# هاشتاج) كي تزيد من فرص اكتشاف شركتك وتتبعها. أجب على الرسائل سريعاً، خاصة على منصة "X". اجعل أصحاب المصلحة هم وجهتك في "LinkedIn"، واهتم بتصفح ملفات المديرين التنفيذيين، فمحتوى ملفاتهم الشخصية يتضمن ضعف المعلومات الموجودة في ملف الشركة. استخدم منصة "YouTube" لنشر كل مراثيات المؤتمرات والجوائز والمقابلات والإعلانات والمواد التعليمية. اضبط الإعدادات كي تجعل الفيديوهات عامة أو خاصة (أي أن تظهر فقط عبر رابط). لا بأس بالنظر في استخدام منصات جديدة تبعاً للمناطق الجغرافية لمساهمي شركتك.

قم بإدارة شبكاتك بفعالية

نفذ أعمال البنية التحتية المناسبة للرصد والتنظيم والاستجابة. فكر في الاستعانة بوكالة خبيرة في المجال، أو تعيين متخصص داخلي مدرب على تطبيق الأنظمة ذات الصلة بإدارة المحادثات ونشرها والتفاعل معها، فمن شأن كفاءة شبكاتك أن تؤثر على سعر أسهم الشركة وسمعتها، وقد تحصل منها كذلك على تعقيبات وملاحظات ثري الاستراتيجيات المستقبلية.

بمجرد اتخاذ القرار باستخدام وسائل وقنوات التواصل الاجتماعي لدعم وظيفة علاقات المستثمرين، فإن النهج الأمثل لتحقيق أكبر قدر من الفوائد والحد من المخاطر هو دمج هذه القنوات في خطة اتصالات الشركة، ولا يُمكن لإدارة علاقات المستثمرين أن تعمل وحدها عندما يتعلق الأمر بوسائل التواصل الاجتماعي. انتبه، إن اتباع النهج الخاطئ في النشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي، يُمكن أن يضر بسمعتك على الفور أكثر مما قد يحدث عند النشر عبر وسائل الإعلام التقليدية.

ويُمكن لقنوات ووسائل التواصل الاجتماعي، عند استخدامها بشكل استراتيجي وتخصيص الموارد المناسبة لها، أن تحقق عوائد استثنائية على الاستثمار في وظيفة علاقات المستثمرين والحالة الاستثمارية للشركة.

انتبه لما تنشره على صفحات التواصل الاجتماعي

مع تطور المشهد الإعلامي وتطلع المستثمرين إلى مجموعة أكبر من مصادر المعلومات، تزايد أهمية وسائل التواصل الاجتماعي بالنسبة لجهات الإصدار إذ تستخدمها في نقل المعلومات إلى المستثمرين. ومن الضروري أن يكون لدى الشركات قنوات خاصة حال رغبت في التعامل بنشاط مع أصحاب المصلحة، ونظراً لأن وسائل التواصل الاجتماعي تنقل على الأرجح الأخبار الإيجابية أكثر من الأخبار السلبية (أي أنها وجدت) فإن النشر على منصة "X" قد يساعد في تحجيم تأثير رد الفعل السلبي المتعلق بالأسعار. وما من شك في أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في إبلاغ الشركات الرائدة بالنتائج المالية - فلقد باتت بالفعل أداة رئيسية للوصول إلى جميع أصحاب المصلحة.

يُتغير عالمنا اليوم بسرعة كبيرة، وتتغير معه الهياكل المالية التي تدعمه. وقد زادت صدمات السوق مثل الأزمة المالية التي شهدتها العالم عام 2008 وجائحة كوفيد-19 من أهمية وصول المشاركين في سوق رأس المال إلى حقائق دقيقة ومؤكدة يعتمدون عليها في اتخاذ قراراتهم. ولكن، إذا لم تقم إدارة علاقات المستثمرين بإدارة الأخبار على نحو سليم، بما في ذلك تلك التي تنشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، فإن الشركة تخاطر بفقدان السيطرة على الصورة التي تنقلها عن نفسها.

تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي على معنويات المستثمرين، وبقترانها مع انتشار الذكاء الاصطناعي، قد يكون للمعلومات المجمعة من هذه المنصات تأثيراً متزايداً على قرارات الاستثمار الإيجابية والسلبية، وعلى الشركات اعتبار صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها بمثابة قناة إضافية للتواصل مع مجتمع الاستثمار. فيما يلي بعض النقاط المهمة التي ينبغي أن تضعها فرق علاقات المستثمرين في الاعتبار:

ضع سياسة واضحة لوسائل التواصل الاجتماعي

قم بإعداد دليل إرشادي يُحدد كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال، مع ضمان تنفيذ التزامات الامتثال والإفصاح، على أن تُحدد تلك السياسة من يق له نشر المحتوى وطريقة النشر المناسبة، مع مراعاة ضرورة أن تشارك إدارة علاقات المستثمرين في صياغتها وتنفيذها.

احتفظ بالرفقة الجيدة

اتبع الأشخاص والشركات المناسبة. شارك في المناقشات التي تتناول قضايا الحوكمة والمسؤولية البيئية والاجتماعية التي تؤثر على عملك. انتبه، المحيطون بك هم امتداد مباشر لوضع علامتك التجارية.

تأكد من الامتثال

عليك أن تدرك أنك محط أنظار الجميع، وليس هناك مجال لانتهاكات الامتثال. قد تسبب لك المعلومات الحساسة أو الآراء غير المنطقية بعض الضرر، وتتحمل بسببها تكاليفاً باهظة. وبالمثل، تحمل منشورات وسائل التواصل الاجتماعي التزامات مشابهة لأي تعليق من الجمهور.

الموقع الإلكتروني لإدارة علاقات المستثمرين

لطالما كانت الالتزامات المستمرة للشركات المدرجة بالإفصاح في الوقت المناسب عن المعلومات الحساسة للأسعار وضمان المعاملة المتساوية لجميع المساهمين، تشكل دائماً محوراً للنظام التنظيمي. واليوم، يتجاوز دور الموقع الإلكتروني للشركة عن مجرد استيفاء الالتزامات التنظيمية، ففي أحيان كثيرة، يكون الموقع الإلكتروني هو قناة التواصل الأهم بين المستثمر والشركة. ومع تحسن المعايير، ارتفع سقف التوقعات وتحسنت جودة المعلومات المتاحة التي يتم توصيلها عبر الموقع الإلكتروني. وينبغي أن تعتبر كل شركة موقعها الإلكتروني أنه منصة التواصل الرئيسية الخاصة بها، وتقر بأهميته لدى المستثمرين وغيرهم من المساهمين وأصحاب المصلحة.

ينبغي على جهات الإصدار سواء قبل عمليات الطرح العام الأولى أو بعدها أن تبذل الكثير من الجهد لضمان أن الموقع الإلكتروني لشركتها يعكس المحتوى الرئيسي لعلاقات المستثمرين بفاعلية، وفقاً لأحتياجات وتوقعات المستثمرين وأصحاب المصلحة ككل. وتعد المواقع الإلكترونية مكوناً رئيسياً من مجموعة أدوات علاقات المستثمرين، حيث توفر لجهة الإصدار فرصة رائعة للوصول إلى جمهور أكبر من المستثمرين، والبدء في التعاون والعمل معهم، وبناء علاقات ذات قيمة. الهدف الأكثر أهمية هو التعامل مع الموقع الإلكتروني كمنصة اتصالات مستمرة، وفي عصرنا الحديث، ليس هناك مبرراً معقولاً لعدم امتلاك الشركات لموقع إلكتروني على الجودة.

يتضمن الجدول التالي إطلاً إرشادياً للمحتوى المقترح والهيكل النموذجي للموقع الإلكتروني لإدارة علاقات المستثمرين في الشركات المدرجة. ينبغي أن يتضمن هذا الإطار المجالات الرئيسية السبعة التالية: نبذة عن الشركة؛ والحوكمة والاستدامة؛ والنشرات الإخبارية والأحداث؛ والنتائج والإحصاءات المالية؛ ومعلومات أسعار الأسهم؛ ومعلومات المساهمين؛ والمستشارين وجهات الاتصال، بما في ذلك بيانات الاتصال الخاصة بفريق علاقات المستثمرين.

مُقتَرَح محتوى و هيكل الموقع الإلكتروني لإدارة علاقات المستثمرين

قسم القائمة	الصفحات المقترحة	المحتوى المقترح
نبذة عن الشركة	نظرة عامة على النشاط	فكرة موجزة عن النشاط الأساسي للشركة
	الاستراتيجية	موجز الإستراتيجية وأهداف / مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs
	تاريخ الشركة	تطور الشركة وتاريخها
	معلومات عن الخدمة أو المنتج	المنتجات والخدمات الرئيسية
	معلومات حول السوق	الدوافع والديناميكيات والاتجاهات، بما في ذلك المنافسين
	بيان الحقائق	لمحة سريعة عن المعلومات الأساسية

قسم القائمة	الصفحات المقترحة	المحتوى المقترح
الحوكمة	سياسة حوكمة الشركات	السياسة
	مجلس الإدارة	الصور والملفات الشخصية والأدوار والمسؤوليات
	لجان مجلس الإدارة	العضويات والشروط المرجعية
	هيكل الشركة	الهيكل التنظيمي
	الإدارة التنفيذية	السير الذاتية لقيادات الشركة
	إدارة المخاطر	سياسات المخاطر الرئيسية
	الاستدامة	السياسات
النشرات الإخبارية والأحداث	البيانات الصحفية	جميع البيانات الصحفية
	الإعلانات التنظيمية	الإعلانات التنظيمية الرئيسية
	التقويم المالي	مواعيد الإعلانات الرئيسية
النتائج والإحصائيات المالية	أحدث النتائج / النتائج القادمة	أحدث النتائج المالية وأرشيف البيانات
	البيانات المالية الرئيسية	آخر البيانات المالية
	التقارير السنوية	ملفات PDF الحالية والملفات المحفوظ بها في الأرشيف
	العروض التقديمية	النتائج، وزيارات المحللين، والمؤتمرات، وما إلى ذلك.
	مؤتمرات المحللين	محضر آخر مؤتمر المحللين ومحاضر المؤتمرات السابقة
	مخططات أسعار الأسهم	تساعد جداول التلخيص، ومعلومات الإدراج، وأدوات رسم المخططات البيانية، على المقارنة بالأقران والمؤشرات
معلومات أسعار الأسهم		

قسم القائمة	الصفحات المقترحة	المحتوى المقترح
معلومات المساهمين	معلومات الاجتماع السنوي للجمعية العامة	أحدث الاجتماعات السنوية للجمعيات العامة، وتواريخ انعقادها ومحاضرها والإعلانات التنظيمية
	المساهمون الرئيسيون	الحيازات التي تزيد عن 5%
	سجل المساهمين	بيانات الاتصال، والنماذج، وروابط لسجل المساهمين
	أرباح الأسهم	سجل الدفع، وبيانات الاتصال الخاصة بوكيل الدفع
	وثائق المساهمين	نشرة الاكتتاب
	معلومات المحليين	أحدث تقرير للمحلل، وبيانات الاتصال به
	المستشارين وجهات الاتصال	جدول المستشارين الرئيسيين
بيانات الاتصال الخاصة بالشركة		بيانات الاتصال بمسؤول علاقات المستثمرين وجهات الاتصالات في الشركة

الموقع الإلكتروني

يعد الموقع الإلكتروني للشركة بمثابة منصة اتصال رئيسية تعمل بشكل عام كنقطة اتصال أولى بين الشركة وأعضاء مجتمع الاستثمار، بل ويعمل الموقع الإلكتروني كبوابة متجر عبر الإنترنت للعلامة التجارية للشركة وقيمتها ومحتوياتها.

ينبغي أن تتأكد إدارة علاقات المستثمرين، بالتنسيق مع إدارة الاتصالات، من إدراج الهيكل والمحتويات التالية على الأقل في صفحات موقعها الإلكتروني:

- نظرة عامة: قائمة بأهم المشاركين في الأعمال، ونموذج الأعمال، ومقترح الاستثمار، وجهات الاتصال الخاصة بإدارة علاقات المستثمرين.
- تقويم إدارة علاقات المستثمرين: مواعيد أهم فعاليات علاقات المستثمرين.
- شهادات اعتماد الاستدامة/ والمسؤولية البيئية والاجتماعية والحوكمة ESG: مسؤولية الشركة والتزامها بالتنمية المستدامة، وكذا مسؤولياتها تجاه المجتمع الذي تعمل فيه.
- التقارير المالية: التقارير السنوية، والتقارير الربع سنوية، ومؤتمرات المحللين، والعروض التقديمية، والنصوص.
- الأسئلة الشائعة: الأسئلة الشائعة حول الشركة والتي تتم مراجعتها وتحديثها على الأقل على أساس نصف سنوي، وتحديثها وفقاً للمراجعات.

الخاتمة

تستمر إدارة علاقات المستثمرين في التطور، وتُعتبر الاستجابة لاحتياجات السوق من عوامل النجاح الرئيسية لوظيفتها الإستراتيجية. ففي خلال السنوات القليلة الماضية فقط، وتحديدًا في مرحلة ما بعد الجائحة العالمية، شهدت وظيفة علاقات المستثمرين تغييرات كبيرة أدت إلى ربط دورها اليوم بالحوكمة والمسؤولية البيئية والاجتماعية (ESG)، بدلاً من التركيز على دورها المالي البحت. والواقع أن هذا هو الوقت المناسب لإعداد تقارير أكثر تكاملاً، تتضمن المقاييس غير المالية المهمة التي يستخدمها مجتمع الاستثمار ذاته لتقييم الاستثمارات المحتملة في الشركات.

يعتمد مستقبل وظيفة علاقات المستثمرين على ما تقدمه وعلى محتواها. وهنا تلعب التكنولوجيا دوراً بارزاً بتوفير وسائل فعالة من حيث التكلفة للوصول إلى عدد أكبر من الجمهور، بالإضافة إلى المزيد من القنوات والمنصات المخصصة لعرض قصة علاقات المستثمرين. ومع وجود جيل جديد من المستثمرين البارعين في مجال التكنولوجيا من ذوي الاحتياجات الجديدة، ينبغي لإدارة علاقات المستثمرين أن تعيد اختراع نفسها مرة أخرى، وكي تتمكن من التكيف والازدهار، عليها النظر في العروض الجديدة، مثل استخدام الذكاء الاصطناعي في الاتصالات، والواقع المعزز والواقع الافتراضي في إطلاق المنتجات، وزيارة المواقع، إذا كان هدفها مثلاً هو الوصول إلى جمهور أكبر ومستثمرين جدد، وإشراكهم في عملياتها.

وينبغي أن تتسم إدارة علاقات المستثمرين دائماً بالمهارة والذكاء بمنح السوق ما يحتاجه لاتخاذ قرارات الاستثمار، وذلك بعدة طرق من بينها استخدام الذكاء الاصطناعي، والاستجابات الأخرى القائمة على البيانات، والتعلم الآلي، ومعالجة اللغة الطبيعية. وإذا لم يكن الأمر كذلك، فما الذي يحمي إدارة علاقات المستثمرين من أن تسرقها قصصٌ أخرى وأكاذيب محتملة في عالم الإنترنت؟ وفي الوقت نفسه، فإن اعتماد الاجتماعات الفعلية، والاجتماعات السنوية الافتراضية للجمعية العمومية، وغيرها من القنوات والمنصات لتلبية احتياجات السوق المتميزة والمتغيرة باستمرار، سيستمر في اختبار إدارة علاقات المستثمرين لدورها الاستراتيجي الرئيسي في الشركات العامة.

إن اعتبار علاقات المستثمرين وظيفة استراتيجية يعني تخصيص موارد كافية لها، وتشمل هذه الموارد ميزانية كافية لإضفاء الطابع المهني على تلك الوظيفة، وتنفيذ أهم حالات استخدام التكنولوجيا. وعلى هذا النحو، يُمكن لإدارة علاقات المستثمرين تسخير قوة التكنولوجيا للوصول بكفاءة إلى الجماهير المستهدفة، بما في ذلك الجماهير العالمية. ما الذي يحتاجه مسؤول علاقات المستثمرين في المستقبل؟ يستند الجزء الأكبر من الإجابة عن هذا السؤال في القدرة على الاستجابة في ظل احتياجات المستثمرين الذين يتطورون باستمرار فأصحاب المصلحة هؤلاء يمتلكون المزيد من البيانات الضخمة والتحليلات، وطرقٍ أخرى لتقسيم قصص علاقات المستثمرين، إن لم يكن تحليلها.

أخيراً، قد تظل المتطلبات القانونية لإعداد التقارير في المستقبل كما هي في الأساس، نظراً لضرورة إعداد وتقديم تقارير الشركة على النحو الذي سبق تجربته وأثبت نجاحه بطريقة شفافة، إلا أن هناك طرق جديدة لتوصيل هذه المعلومات بشكل أسرع وأكثر كفاءة وشفافية، إن لم يكن بشكلٍ مثير أيضاً. وسوف تستمر متطلبات إعداد التقارير في توجيه تقويم علاقات المستثمرين، والذي يتم وضع برامج علاقات المستثمرين على أساسه. علاوةً على ذلك، فإن الحاجة إلى البقاء على اطلاع دائم بالمبادئ التوجيهية والقواعد واللوائح، فضلاً عن الاتجاهات الجديدة في مجال علاقات المستثمرين، تعني ضرورة الاستثمار في التطوير المهني باستمرار. وكي يظل المتخصصون في علاقات المستثمرين قادرين على المنافسة، وقبل كل شيء، كي نعتبرهم أحد الأصول الإستراتيجية للشركة في المنافسة على رأس المال، يجب الحرص على توضيح القيمة الحقيقية لعلاقات المستثمرين كل يوم.

إخلاء المسؤولية

يتمثل الغرض من هذا الدليل في تقديم نظرة عامة على دور إدارة علاقات المستثمرين وفوائدها للشركات المدرجة في إطار الممارسات الحالية. يهدف محتوى هذا الدليل إلى تقديم معلومات عامة فحسب، ولا تقدم **بورصة الكويت** أي تعهدات أو ضمانات من أي نوع كان (صريحة أو ضمنية) فيما يتعلق بدقة أي معلومات واردة في هذا الدليل، أو ملاءمتها، أو صحتها، أو موثوقيتها، أو إتاحتها، أو اكتمالها.

يُرجى عدم اعتبار هذا الدليل بديلاً عن أي قواعد أو لوائح. وفي حال وجود أي تناقض أو تعارض بين هذا الدليل وأي وثائق أخرى صادرة عن الجهة التنظيمية أو **بورصة الكويت**، فيُعدّ بالمعلومات التي تقدمها الجهة التنظيمية أو **بورصة الكويت**.

