



إفصاح الشركات بين الصحة والتصحيح

دراسة تحليلية لـ 188 إعلاناً تصحيحياً لشركات مساهمة مدرجة

إعداد:

فريق وثبات العدلية
محامون ومستشارون

منقول
عبر
afaqb.co



المحتويات

01	المقدمة	3
02	عينات الدراسة	5
03	ما الذي صُحِّح؟	7
04	وصايا في كتابة الإفصاح	10
05	قائمة التحقق قبل النشر	12
06	الخاتمة	14

01

المقدمة

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على نبينا محمد، وعلى آله وصحبه أجمعين.

أما بعد:

فإن الإفصاح والشفافية من الركائز الأساسية لحوكمة الشركات والأسواق المالية؛ إذ لا يمكن أن تتحقق كفاءة السوق، أو تتعزز حماية المستثمرين، أو تستقيم المساءلة، في ظل معلومات ناقصة أو غير واضحة أو غير دقيقة.

ولهذا لم يترك المنظم مسألة الإفصاح لمجرد الممارسة أو الاجتهاد، بل أحاطها بجملة من المتطلبات النظامية والحوكومية التي تلزم الشركات المدرجة بتوفير المعلومات التي يحتاج إليها المستثمرون وأصحاب المصالح، في الوقت المناسب، وبصورة واضحة وصحيحة وغير مضللة. وقد أكدت قواعد طرح الأوراق المالية والالتزامات المستمرة هذا المعنى بصورة صريحة؛ فنصت في المادة الثالثة والستين على أن يكون أي إفصاح يقوم به المصدر كاملاً وواضحاً وصحيحاً وغير مضلل، كما أوجبت المادة الرابعة والستون الإفصاح عن التطورات الجوهرية دون تأخير متى توافرت شروطها، وأفردت المادة الخامسة والستون قائمة واسعة من الأحداث التي يجب الإفصاح عنها فوراً ودون تأخير، سواء أكانت تلك الأحداث جوهرية أم غير جوهرية، وتبلغ هذه الحالات في القواعد الحالية سبعة وثلاثين حالة. كما نظمت المادة السادسة والستون الإفصاح عن المعلومات المالية والقوائم المالية للمصدر.

ولا تقف أهمية الإفصاح عند حدود الامتثال للمتطلبات النظامية؛ فالإفصاح الدقيق يمثل إحدى أدوات الحوكمة التي تمكن المساهم والمستثمر من بناء قراره على معلومات موثوقة، كما يتيح للسوق تكوين صورة أكثر وضوحاً عن وضع الشركة وأدائها ومخاطرها وتطوراتها. ومن هنا تأتي أهمية وجود الكفاءة المهنية المتخصصة في مجال الإفصاح؛ فقد أصبح الاختبار المهني للإفصاح «إفصاح» إلزامياً لمسؤولي الإفصاح لدى مصدري الأوراق المالية وصناديق الاستثمار، بما يعكس أهمية الدور الذي يقوم به المسؤول عن إعداد الإفصاحات ومراجعتها قبل نشرها.

وفي المقابل، تواجه الشركات المدرجة تحدياً عملياً لا يقل أهمية عن مجرد معرفة متطلبات الإفصاح؛ يتمثل في الموازنة بين واجب الإفصاح من جهة، والمحافظة على المعلومات السرية والأسرار التجارية والمصالح المشروعة للشركة من جهة أخرى.

فليس كل ما تعرفه الشركة يطرح للجمهور بالطريقة نفسها أو في التوقيت نفسه، كما أن الإفصاح المطلوب يجب أن يكون بالقدر الذي يحقق الغرض النظامي ويحمي المستثمر من التضليل، دون أن يتحول الإفصاح إلى كشف غير مبرر للمعلومات السرية.

وقد عالجت القواعد هذه المسألة من خلال تنظيم حالات الإعفاء من الإفصاح أو تأخير توقيته بضوابط محددة، مع التأكيد على سرية المعلومات والتطورات الجوهرية إلى حين إعلانها. ومن جهة أخرى، فإن قراءة الإعلانات المنشورة في السوق المالية تكشف عن وجود جانب آخر جدير بالدراسة: الإعلانات التصحيحية.

فما الذي يدفع شركة مدرجة إلى إصدار إعلان لتصحيح إعلان سبق نشره؟ هل يتعلق الأمر بخطأ رقمي؟ أم بتاريخ؟ أم باسم أو صفة؟ أم بمعلومة جوهرية؟ وهل جميع الأخطاء متساوية في أثرها؟ وهل يقتصر التصحيح أحياناً على معالجة خطأ شكلي، أم قد يمتد إلى معلومات مالية أو حوكمية أو إلى ما يمس حقوق المساهمين؟ والأهم من ذلك: كيف يمكن للشركات أن تقلل من احتمالية وقوع هذه الأخطاء قبل وصول الإعلان إلى السوق؟ من هذه التساؤلات انطلقت فكرة هذه الدراسة، التي أعدها فريق وثبات العدلية، من خلال جمع وتحليل عينة من الإعلانات التصحيحية المنشورة للشركات المدرجة في السوق المالية السعودية، بهدف الانتقال من مجرد ملاحظة وجود التصحيحات إلى محاولة فهم أنماطها وأنواعها ودرجة خطورتها والدروس العملية التي يمكن استخلاصها منها.

كما تسعى الدراسة إلى تجاوز مرحلة رصد الأخطاء إلى مرحلة أكثر عملية، وذلك من خلال بيان أبرز الملاحظات المستخلصة من العينة، واستخراج الدروس التي يمكن أن يستفيد منها مسؤولو الإفصاح والإدارة المالية والإدارة القانونية وإدارات الحوكمة وعلاقات المستثمرين، ثم تقديم مجموعة من التوصايا والتوجيهات وقائمة فحص عملية تساعد على مراجعة الإعلان قبل نشره.

ولا تهدف هذه الدراسة إلى الحكم على الشركات محل العينة أو تقييم مستوى حوكمتها بناءً على مجرد وجود إعلان تصحيحي؛ فالتصحيح في ذاته قد يكون ممارسة إيجابية تعكس اكتشاف الخطأ ومعالجته، كما أن كثرة الإعلانات أو قلتها قد تتأثر بحجم إفصاحات الشركة وطبيعة نشاطها وعدد الأحداث التي تمر بها.

وإنما تهدف الدراسة إلى قراءة ظاهرة الإعلانات التصحيحية بوصفها نافذة يمكن من خلالها فهم أهمية الدقة في الإفصاح، ومراجعة دورة إعداد الإعلان، والحد من احتمالات الخطأ قبل النشر.

ونسأل الله أن تسهم هذه الدراسة في تعزيز الوعي بأهمية الإفصاح الدقيق، وأن تكون عوناً للممارسين والمهتمين بالحوكمة والسوق المالية، وأن تقدم إضافة عملية نافعة لكل من يتعامل مع الإفصاحات النظامية للشركات المدرجة.

02

عينات الدراسة

تقوم هذه الدراسة على عينة من الإعلانات التصحيحية المنشورة في السوق المالية السعودية، جُمعت نصوصها كما وردت، ثم صُنِّف كل إعلان منها بحسب موضوعه ونوع الخطأ الذي صحّحه ودرجة أهميته.

ويعرض الجدول الآتي ملامح العينة قبل الدخول في تحليلها.

البند	القيمة
عدد الإعلانات التصحيحية	188 إعلاناً
عدد الجهات المُصدِّرة	130 جهة: 126 شركة مدرجة و4 صناديق
الجهات التي صحّحت مرة واحدة	85 جهة
الجهات التي صحّحت أكثر من مرة	45 جهة

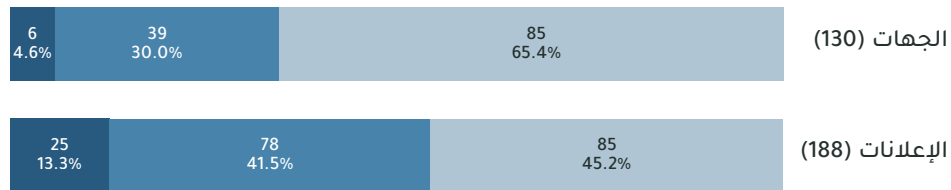
موضوعات الإعلانات: تتصدر إعلانات النتائج المالية العينة بـ 71 إعلاناً، تليها إعلانات الجمعيات العامة بـ 36 إعلاناً. ثم تأتي إعلانات مجلس الإدارة واللجان (17)، والعقود والمشاريع (16)، وتوزيعات الأرباح (15)، والاستحواذ والاستثمارات (14)، وإعلانات مديري الصناديق (6)، والتمويل والتسهيلات (5)، وموضوعات متفرقة (8).

أنواع الأخطاء: نحو ثلثي التصحيحات خطؤها الأساسي رقم أو تاريخ، والثلث الباقي خطأ في المعلومة نفسها، كقرار أو اسم أو توصيف أو ما ذُكر عن تقرير مراجع الحسابات أو مرفق.

45 جهة صحّحت أكثر من مرة، وصدر عنها 55% من إعلانات العينة

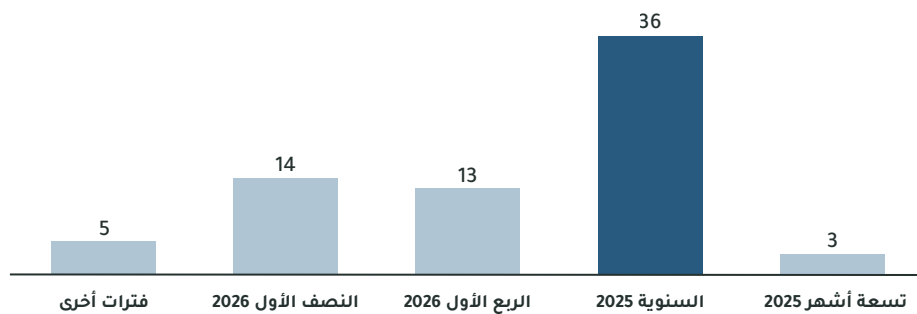
حصة كل فئة من الجهات المُصدرة ومن الإعلانات التصحيحية

■ صحّحت مرة واحدة ■ صحّحت مرتين ■ صحّحت 3 مرات فأكثر



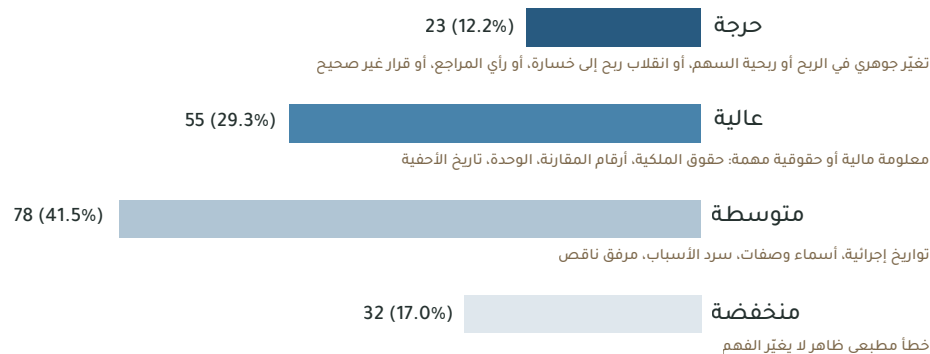
نصف تصحيحات النتائج المالية تخص النتائج السنوية 2025

تصحيحات إعلانات النتائج المالية (71 إعلاناً) بحسب الفترة المالية المعلنة، مرتبة زمنياً



أربعة من كل عشرة تصحيحات تمس معلومة يُبنى عليها قرار

الإعلانات التصحيحية (188) بحسب درجة الخطورة المقترحة في الدراسة



03

ما الذي صُحِّح؟

لا يكفي أن تُقسم الأخطاء إلى «خطأ في رقم» و«خطأ في معلومة»؛ فالعينة تكشف طبقات متفاوتة في طبيعتها وأثرها، ولذلك صُنِّف كل إعلان بحسب الخطأ الأساسي الذي صُحِّحه، فخرج أحد عشر نوعاً، بعضها يغيّر رقماً، وبعضها يقلب معنى النتيجة، وبعضها يكشف خللاً في القرار الذي سبق الإفصاح.

1. أخطاء الأرقام والنسب المالية:

وهي أوضح الأنواع: رقم أو نسبة أُدخل على غير ما في القوائم. وتقع في صافي الربح، وربحية السهم، وحقوق الملكية، والربح التشغيلي، وأرقام المقارنة، ونسب التغير.

مثاله: أعلنت شركة *** أن حقوق الملكية للفترة المماثلة 98,709,258 ريالاً، ثم صَحَّحتها إلى 93,433,821، وبقي رقم الفترة الحالية كما هو. وأوضحت أن التصحيح لا يؤثر على الإيرادات ولا صافي الربح ولا التدفقات النقدية.

2. الخطأ الذي يقلب المعنى، في الإشارة والتبديل:

ليست كل الأخطاء الرقمية متساوية؛ فسقوط إشارة السالب أو تبديل خانتين لا يغيّر مقدار الرقم، بل يغيّر طبيعة النتيجة.

مثاله: ذكرت شركة *** نتيجة الفترة المماثلة على أنها صافي ربح، والصحيح أنها صافي خسارة، وأوضحت الشركة أن السبب عدم إضافة إشارة السالب، وأن ذلك عكس النتيجة من خسارة إلى ربح في الإفصاح.

3. أخطاء التواريخ والأوقات:

هي أكثر الأنواع عدداً، تشمل تاريخ توزيع الأرباح والأحقية، وتوقيع العقد، والحصول على التمويل، وانعقاد الجمعية، وبدء التصويت، واستلام خطاب الترسية، وانتهاء دورة المجلس.

وليس الخطأ فيها شكلياً دائماً. فقد صَحَّحت شركة أسمنت *** تاريخ أحقية أرباحها من 23 إلى 22 سبتمبر 2026، وصَحَّحت شركة أسمنت *** تاريخ التوزيع من 3 إلى 8 سبتمبر 2026. وهذه تواريخ تُبنى عليها حقوق المساهمين وقرارات البيع والشراء.

4. أخطاء الأسماء والصفات:

خطأ في اسم شخص أو جهة، أو في صفته ومنصبه، والثاني حوكمي لا لغوي، لأن الصفة تحدد المسؤولية.

مثال الاسم: أخطأت شركة أسمنت *** في اسم أحد أعضاء لجنة المراجعة وفي مسماه الوظيفي، ثم صحّحتها.

ومثال الصفة: أعلنت *** تعيين عضو «رئيساً» للجنة المراجعة، والصحيح أنه «عضو» فيها.

5. أخطاء سرد الأسباب والتوصيف:

الإفصاح ليس أرقاماً فقط؛ فالشرح المصاحب لها جزء من المعلومة التي يتلقاها المستثمر، وفي هذا النوع تكون الأرقام صحيحة، لكن وصف الاتجاه أو السبب أو طبيعة الحدث غير دقيق.

مثاله: علّلت شركة *** في نتائج النصف الأول 2026 «ارتفاع» صافي ربح الربع الثاني، ثم صحّحت بأنه «انخفاض» بسبب زيادة مخصص الخسائر الائتمانية المتوقعة.

6. أخطاء التصويت وبنود الجمعيات:

تقع في صياغة بنود جدول الأعمال أو في نتائج التصويت عليها، وهي من أخطر الأنواع حين تمس النتيجة، لأنها تتعلق بما قرره المساهمون.

مثاله: أعلنت شركة *** نتيجة بند تفويض مجلس الإدارة على أنها «الموافقة»، ثم صحّحتها إلى «الامتناع»، ثم صحّحتها مرة ثانية إلى «عدم الموافقة».

7. أخطاء المرفقات والروابط:

رابط يؤدي إلى غير المقصود، أو مستند لم يُرفق، أو أرفق بلغة واحدة، أو بنسخة قديمة.

مثاله: صحّحت شركة *** رابط مقر اجتماع جمعيتها العامة، وصحّحت شركة *** رابط القوائم المالية في النسخة العربية من دعوة الجمعية.

8. أخطاء الوحدات والقياس:

الرقم فيها صحيح، لكن الوحدة المذكورة معه خاطئة: آلاف بدل ملايين، أو آلاف بدل الريال، أو هللة بدل ريال.

مثاله: وصفت شركة *** إيرادات شركة تستحوذ على حصة فيها بأنها «بالآلاف» وهي بالريال، فيُقرأ رقم 116.5 مليون ريال على أنه 116.5 مليار.

9. أخطاء الحوكمة والنظام:

ليست كل الإعلانات التصحيحية أخطاء تحريرية؛ فبعضها يكشف خطأً في القرار أو في الإجراءات التي سبقت الإفصاح، وهذه من أهم النتائج النوعية في الدراسة.

مثاله: أعلنت شركة *** تعيين عضوين في مجلس الإدارة، ثم أقرّت بأن التعيين غير صحيح لعدم توافقه مع النظام الأساس الساري وقتها، إذ كان المجلس مكتملاً ولا مقعد شاغراً فيه، واعتذرت للمساهمين.

10. أخطاء وصف تقرير مراجع الحسابات:

قليلة العدد عالية الأهمية، ولا يصح وضعها مع الأخطاء الشكلية، لأن الخانة تختصر حكم طرف مستقل على القوائم.

مثاله: ذكرت شركة *** في نتائجها السنوية 2025 أن رأي المراجع «غير معدل» وأنه «لا يوجد» أي ملاحظة، ثم صحت بأن الرأي متحفظ، وأوردت أساس التحفظ وفقرة عن عدم تأكيد جوهري متعلق بالاستمرارية.

11. إغفال معلومة:

لا خطأ فيما ذكر، لكن معلومة لازمة سقطت من الإعلان.

مثاله: أعلنت شركة *** موافقة الجمعية على «تعيين مراجع حسابات وتحديد أتعابه» دون ذكر اسمه ولا أتعابه، ثم صحت بذكرهما.

04

وصايا في كتابة الإفصاح

تُظهر العينة أن أغلب الأخطاء لم يقع في القوائم المالية ولا في محاضر الاجتماعات، بل في المسافة بينها وبين الإعلان المنشور: رقم نُقل إلى غير خاتته، وتاريخ بقي من إعلان سابق، وعبارة كُتبت قبل أن تُراجع. وهي أخطاء صغيرة في أصلها، لكن بعضها قلب ربحاً إلى خسارة، وبعضها أخفى تحفظاً لمراجع الحسابات. والوصايا العشر الآتية مستخلصة من هذه الأخطاء نفسها، فكل واحدة منها تقابل نمطاً تكرر في العينة. ويجمعها أصل واحد: **ألا يُنشر إعلان قبل أن يطابقه شخص غير كاتبه بالمستند الذي أخذ منه.**

1. اكتب من المستند، لا من إعلان سابق

ابدأ كل إعلان من قالب فارغ، وانقل إليه من القوائم المعتمدة أو المحضر أو العقد الموقَّع. ففي العينة عدة إعلانات حملت سنة قديمة، ومقدمة دعوة بقي فيها تاريخ جمعية سابقة ونوعها، وإعلان بيع أرض ذُكرت فيه بيانات صفقة أخرى.

2. لا تعلن أرقاماً لم تستقر

لا تُعلن النتائج إلا من قوائم اكتملت مراجعتها واعتمدت. ففي عدة تصحيحات تغيرت الأرقام نفسها بعد النشر بسبب تسويات ومخصصات ومعالجات محاسبية، وفي أحدها تحوّل صافي ربح معلن إلى صافي خسارة بعد استكمال المراجعة.

3. اعرّف ما تطلبه كل خانة

لكل خانة في نموذج النتائج تعريف ومصدر محدد في القوائم. وقد اقتصر عدة إعلانات على خانة حقوق الملكية، وأدخلت عدة شركات في خانة «العائد لمساهمي المصدر» رقماً أكبر من الصحيح بفروق كبيرة. وراجع أرقام المقارنة كما تراجع أرقام الفترة الحالية.

4. اختبر الرقم بالمنطق قبل إرساله

اسأل قبل النشر: هل إشارة ربحية السهم توافق إشارة صافي الربح؟ هل الوحدة المختارة توافق الأرقام المدخلة؟ هل النسبة مكتوبة نسبة مئوية؟ هذه الأسئلة الثلاثة كانت تكفي لمنع عدة خطأ في الإشارة والتبديل وأخطاء أخرى في الوحدات.

5. انقل تقرير المراجع بنصه

خانة نوع الرأي وملاحظات المراجع تُنسخ حرفياً من التقرير الموقع، ولا تُملأ من الذاكرة.

6. عامل التاريخ معاملة الرقم

التواريخ أكثر الأخطاء عدداً في العينة (53 إعلاناً).
طابق كل تاريخ بمستندته يوماً وشهراً وسنة، وتحقق من توافق الهجري والميلادي ومن اسم اليوم. وُحِّصَ بالعناية ما يترتب عليه حق: تاريخ الأحقية صُحِّح عدة مرات، وموعد بدء التصويت الإلكتروني كذلك.

7. صَحِّح القرار قبل أن تصوغ إعلانه

بعض التصحيحات لم يكن لخطأ في الكتابة، بل لخطأ في القرار نفسه: تعيين في مقعد غير شاغر، أو قرار يحتاج جمعية ولم يُعرض عليها.
فالمراجعة القانونية موضعها قبل صدور القرار، ثم قبل إعلانه.

8. سمّ الأشياء بأسمائها

الاتفاقية الإطارية ليست عقداً، ومذكرة التفاهم ليست صفقة، والخسارة لا يخفها وصفها بأنها «دفترية». وقد صَحِّحت عدة شركات وصفاً أو تعليلاً والأرقام فيه صحيحة.
واكتب أسماء الأشخاص والجهات من مستنداتها الرسمية.

9. راجع النسختين معاً، وافتح كل مرفق

اقرأ النسخة العربية والإنجليزية متقابلتين سطراً بسطر، وافتح كل مرفق وكل رابط بعد رفعه.

10. إذا أخطأت فصَحِّح مرة واحدة تصحيحاً كاملاً

راجع الإعلان الأصلي كله قبل التصحيح، لا الخانة الخاطئة وحدها، ثم اذكر الخطأ والصواب والسبب والأثر.
فالتصحيح الواضح الكامل يحفظ من ثقة المستثمر أكثر مما يذهب به الخطأ، و20 إعلاناً فقط من 188 بيّنت كيف وقع الخطأ.

05

قائمة التحقق قبل النشر

هذه القائمة تحوّل الوصايا السابقة إلى بنود تُفحص واحداً واحداً قبل الضغط على زر النشر، وكل بند فيها مشتق من خطأ وقع فعلاً في العينة، فليس فيها بند نظري. ويستعملها المراجع الثاني لا كاتب الإعلان، ويطابق كل بند بالمستند المصدر لا بالمسودة. وهي مقسمة إلى بنود عامة تصلح لكل إعلان، ثم بنود خاصة بحسب نوعه، ويمكن لمسؤول الإفصاح، أن يجعل هذه البنود أساساً يبنى عليه ويطور قائمة التحقق الخاصة به.

أولاً: لكل إعلان

- ☐ النص مبني على قالب فارغ، لا على إعلان سابق.
- ☐ العنوان والمقدمة يطابقان موضوع الإعلان وفترته.
- ☐ كل تاريخ مطابق لمستنده: اليوم، والشهر، والسنة، واسم اليوم.
- ☐ التاريخان الهجري والميلادي متوافقان.
- ☐ كل اسم (شخص، شركة، بنك، مقال) منسوخ من المستند الرسمي.
- ☐ كل خانة تحوي ما يخصها، ولا خانة تُركت بنصها الافتراضي.
- ☐ النسختان العربية والإنجليزية متطابقتان في الأرقام والأسماء والتواريخ.
- ☐ كل مرفق فُتح بعد الرفع: الملف الصحيح، والنسخة الأحدث، واللغة الصحيحة.
- ☐ كل رابط جُرب ويؤدي إلى المقصود.

ثانياً: إعلان النتائج المالية

- ☐ الأرقام من قوائم معتمدة اكتملت مراجعتها أو فحصها.
- ☐ وحدة الأرقام (ريال، آلاف، ملايين) توافق الأرقام المدخلة فعلاً.
- ☐ أرقام الفترة الحالية والفترة المماثلة والربع السابق كل في خانته.
- ☐ «الربع السابق» هو الربع الذي يسبق الحالي مباشرة.
- ☐ الخسائر ظاهرة بإشارة السالب في كل خانة، أو بما يدل عليها.
- ☐ نسب التغير أُعيد حسابها من الأرقام المدخلة.
- ☐ نسبة الخسائر المتراكمة مكتوبة نسبة مئوية لا كسراً عشرياً.
- ☐ نوع تقرير المراجع وفقراته منسوخة حرفياً من التقرير الموقّع.
- ☐ فقرتا الأسباب تصفان الاتجاه الصحيح: ارتفاع أم انخفاض، ربح أم خسارة.

ثالثاً: الجمعيات العامة

- نوع الجمعية وتاريخها ويومها ووقتها وطريقة انعقادها متطابقة في العنوان والمقدمة والخانات.
- موعد بدء التصويت الإلكتروني مطابق لما سُجِّل في المنصة.
- صياغة البنود: «التصويت على» في الدعوة، و«الموافقة» أو «عدم الموافقة» في النتائج.
- بند المراجع يذكر الاسم والأتعاب والفترات المالية بسنواتها الصحيحة.
- نسبة الخسائر المتراكمة مكتوبة نسبة مئوية لا كسراً عشرياً.
- تواريخ دورة المجلس صحيحة بداية ونهاية.
- مرفقات كل بند موجودة باللغتين.
- نتائج التصويت منقولة من محضر الفرز بنداً بنداً.

رابعاً: توزيعات الأرباح

- تاريخ القرار والأحقية والتوزيع مطابق لقرار المجلس ولمركز الإيداع.
- حصة السهم مكتوبة بالوحدة الصحيحة: ريال أم هللة.
- نسبة التوزيع إلى القيمة الاسمية أُعيد حسابها.
- الفترة التي يخصها التوزيع محددة: سنة، أو نصف، أو ربع.
- عدد الأسهم المستحقة وإجمالي المبلغ الموزع متوافقان.

خامساً: مجلس الإدارة واللجان

- القرار صحيح نظاماً: مقعد شاغر، وصلاحيه للمجلس، وحاجة إلى الجمعية أو عدمها.
- صفة العضو ومنصبه في كل لجنة كما في نص القرار.
- تاريخ الاجتماع وتاريخ السريان من المحضر وخطاب الاستقالة.

سادساً: العقود والصفقات والتمويل

- التوصيف دقيق: عقد، أو اتفاقية إطارية، أو مذكرة تفاهم، أو ترسية.
- أطراف الصفقة وصفاتهم (بائع، مشترٍ، ممول، مقاول) من العقد الموقع.
- القيمة والمدة والوحدة مطابقة للعقد.
- وصف الأثر المالي خالٍ من عبارات تخفف الخبر أو تضخمه.

سابعاً: إن وقع الخطأ

- الإعلان الأصلي رُوجع كاملاً قبل التصحيح، لا الخانة الخاطئة وحدها.
- التصحيح يذكر الخطأ والصواب والسبب والأثر.
- الإعلان التصحيحي نفسه مرّ بهذه القائمة.

06

الخاتمة

تكشف هذه الدراسة أن الإفصاح ليس إجراءً إدارياً ينتهي بنشر الإعلان، وإنما هو مسؤولية نظامية وحكومية متكاملة، تتصل بموثوقية الشركة وثقة المستثمرين وسلامة السوق، كما أن دقته تمثل خط دفاع مهماً للحد من المخالفات وما قد يترتب عليها من إجراءات أو جزاءات. ومن هنا، فإن مسؤول الإفصاح لا ينبغي أن يكون مجرد ناقل للمعلومات إلى السوق، بل يجب أن يكون جزءاً من منظومة متكاملة للتأكد من صحة المعلومة واكتمالها ووضوحها وعدم تضليلها قبل نشرها.

كما أن جودة الإفصاح ليست مسؤولية مسؤول الإفصاح وحده؛ بل هي مسؤولية مشتركة تتطلب تعاون الإدارات المختلفة، ولا سيما الإدارات المالية والقانونية والحوكمة وعلاقات المستثمرين والإدارات التنفيذية ذات العلاقة، وأن يكون لدى القيادات الإدارية الوعي الكافي بما يجب الإفصاح عنه ومتى يجب الإفصاح عنه.

ومن المهم أن يتدرب المعنيون بالإفصاح على أحكام (باب الالتزامات المستمرة - الفصل الأول: الإفصاح) في قواعد طرح الأوراق المالية والالتزامات المستمرة، ولا سيما المواد المتعلقة بوضوح الإفصاح وصحته واكتماله، والتطورات الجوهرية، والأحداث المحددة الواجب الإفصاح عنها، والإفصاحات المالية.

وتبرز هنا المادة الخامسة والستون التي تتضمن 37 حالة محددة يجب على المصدر الإفصاح عنها فوراً ودون تأخير، سواء أكانت جوهرية أم لم تكن.

ولا ينبغي أن يبدأ التفكير في الإفصاح بعد وقوع الحدث فقط؛ بل ينبغي أن يصبح جزءاً من دورة اتخاذ القرار نفسها، ولذلك فمن المناسب أن يضع أعضاء مجلس الإدارة واللجان في اعتبارهم عند مناقشة القرارات: هل يترتب على هذا القرار أو الحدث التزام بالإفصاح؟ وأن تتضمن محاضر الاجتماعات، عند الاقتضاء، توصية واضحة بشأن الإفصاح عن القرارات أو الوقائع التي تستوجب الإفصاح، مع إحالتها إلى المسؤول المختص لاستكمال الإجراءات النظامية.

وهنا تبرز أهمية دور أمين سر مجلس الإدارة واللجان؛ إذ ينبغي أن يكون ملماً بمتطلبات الإفصاح ذات الصلة بأعمال المجلس واللجان، وأن يساعد في ربط القرارات والمداولات التي تستوجب الإفصاح بالإجراءات اللازمة لإتمامه في الوقت المناسب.

كما نوصي ألا يقتصر التدريب على مسؤولي الإفصاح، بل يمتد إلى مديري الإدارات وكبار التنفيذيين، وبالأخص الإدارات المالية والموارد البشرية والقانونية والحوكمة وعلاقات المستثمرين، بحيث يستطيع كل مسؤول التعرف على الوقائع التي قد تنشئ التزاماً بالإفصاح وإبلاغ الجهة المختصة بها دون تأخير.

وفي النهاية، إن الإفصاح الجيد لا يحمي الشركة من الخطأ فحسب، بل يعزز الثقة، والشفافية، وجودة الحوكمة، ومصداقية السوق.

والله أعلم، وصلى الله وسلم على نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين



شركة وثبات العديلة
محامون ومستشارون
Wthbat Al Adliya Law Firm



+ 9 6 6 5 8 1 0 6 7 7 5 5



WthbatLAW@gmail.com



الرياض - المهدية - طريق السيل الكبير