

FIRMY

Status spółki publicznej – przywilej czy kosztowny obowiązek?

Wiele osób pamięta czasy, kiedy bycie spółką publiczną, oznaczało prestiż i zaszczyt, który był celem wielu zarządów i rad nadzorczych ambitnych spółek akcyjnych, oczywiście oprócz wymiernej korzyści finansowej, związanej z pozyskaniem kapitału.



FOT. R. GARDZIŃSKI

MAŁGORZATA GULA

prezes zarządu, Instytut Rachunkowości i Podatków, organizator konkursu The Best Annual Report

ganu nadzoru, ale też, a może nawet przede wszystkim, konieczność ujawniania danych, które do tej pory nie były ujawniane, co często budzi duże emocje i wiąże się z ryzykiem, a nawet zagrożeniem ze strony konkurentów.

Czy plusem i minusem bycia spółką publiczną się bilansują? To zależy. Generalnie w pierwszym okresie po debiucie, jeśli był udany, czyli spółka pozyskała dużo kapitału na rozwój, nastrój jest pozytywny.

ESEF, czyli elektroniczny standard raportowania, który umożliwia elektroniczną porównywalność sprawozdań finansowych w obszarze Unii Europejskiej, czy działania w obszarze ESG, co do konieczności ich implementacji chyba nikt nie ma wątpliwości.

Gorzej niestety jest z kosztami wdrożenia tych zmian, szczególnie w odniesieniu do mniejszych emitentów, obsługiwanych często przez biura rachunkowe, agencje public

tentów są na ogół problemami tych emitentów. Z mojego punktu widzenia warto zadbać również o tę grupę emitentów, jeśli zależy nam na tym, aby spółki chciały być notowane dłużej niż tylko do momentu „skonsumowania” kapitału pozyskanego z emisji. To nie jest łatwe zadanie, ponieważ bycie spółką publiczną, musi się zwyczajnie opłacać dla wszystkich głównych „graczy”, czyli emitenta z jednej strony i inwestorów z drugiej. Dodatkowo korzyści, wynikające z publicznego charakteru spółki powinny przewyższać koszty wypełniania obowiązków informacyjnych. Aby tak się stało, konieczne są rozwiązania systemowe, szczególnie dla mniejszych emitentów, ale też ciągła edukacja i to nie tylko spółek notowanych, ale biegłych rewidentów, biur rachunkowych, aby jakość informacji finansowej była lepsza i podnosiła atrakcyjność walorów dla inwestorów.

I na koniec wniosek kluczowy: rynek się rozwija, jeśli na nim się coś dzieje, czyli są debiuty, i dobrze byłoby, aby od czasu do czasu były spektakularne. Warto jest więc tworzyć „bodźce”, które ten rynek będą pobudzać, nawet jeśli otoczenie mikro- i makroekonomiczne nie zawsze jest zachęcające dla potencjalnych emitentów.

Rynek się rozwija, jeśli na nim się coś dzieje, czyli są debiuty, i dobrze byłoby, aby od czasu do czasu były spektakularne. Warto jest więc tworzyć „bodźce”, które ten rynek będą pobudzać, nawet jeśli otoczenie mikro- i makroekonomiczne nie zawsze jest zachęcające dla potencjalnych emitentów.

ny. Im więcej czasu upływa od debiutu, tym skrupulatniej emitent liczy koszty bycia spółką publiczną, a ich przybywa i nie wynikają tylko z tego, że Polska zmienia wymagania dla emitentów, chociaż tak też się zdarza, ponieważ wyciągamy wnioski z różnych zdarzeń. Większość zmian jednak wiąże się ze spełnieniem obowiązków wobec ESMA, czyli europejskiego organu nadzoru. Czy te zmiany są zasadne? Generalnie tak, jak choćby

relations i innych zewnętrznych dostawców. W przypadku takich emitentów zarządy bardzo często zadają sobie pytanie, czy opłaca się im być dalej spółką publiczną? To ważne pytanie, ponieważ liczba takich emitentów, notowanych na rynku regulowanym GPW w Warszawie, mała nie jest. Większość instytucji odpowiedzialnych za organizację obrotu na rynku regulowanym patrzy głównie na WIG20, 40 i 80. Problemy mniejszych emi-

PRZEGLĄD PRASY

Mleko pozostanie drogie?

Z powodu m.in. brexitu na Wyspach brakuje chętnych do pracy u producentów nabiału.

theguardian

„THE GUARDIAN”

Jeśli brytyjscy rządzący nie zaradzą problemowi brakujących pracowników w branży rolnej, ceny mleka nie przestaną rosnąć – stwierdzili przedstawiciele stowarzyszenia producentów Arla. Co więcej, brak rąk do pracy jest tylko jednym z wielu problemów, z jakimi musi borykać się branża. Producenci wymieniają teraz, to w przyszłości możemy mieć problem z przewlekłą wysoką inflacją żywności – komentuje Paul Savage, dyrektor w Arla. Około 60 proc. członków stowarzyszenia stwierdziło w ankiecie, że problem znalezienia rąk do pracy obecnie jest znacznie większy niż jeszcze w 2019 r. Winą za taki stan

rzeczy obarczają brexit, który znacząco utrudnił przepływ pracowników m.in. z krajów Wspólnoty. Swoje zrobiła też pandemia, która spowodowała, że wiele osób postanowiło szukać zatrudnienia lokalnie, a nie wyjeżdżać za pracą do innych krajów. To wszystko powoduje, że 12 proc. rolników ma rozważać rezygnację z produkcji nabiału. Pojawiają się też głosy, że z powodu niedoboru pracowników znacząco będzie ograniczona sprzedaż. Co ciekawe, problemu znalezienia pracowników nie rozwiązuje wzrost płac. Te miały podskoczyć w branży względem 2019 r. o 22 proc. Receptą na obecny stan rzeczy miałyby być zachęcenie młodych ludzi do podejmowania pracy. Ci jednak do tego się nie palą i decydują na wyprowadzkę do miast. GSU

Koniec rzeźni coraz bliżej?

W USA ministerstwo rolnictwa zatwierdziło sprzedaż i produkcję laboratoryjnego mięsa.

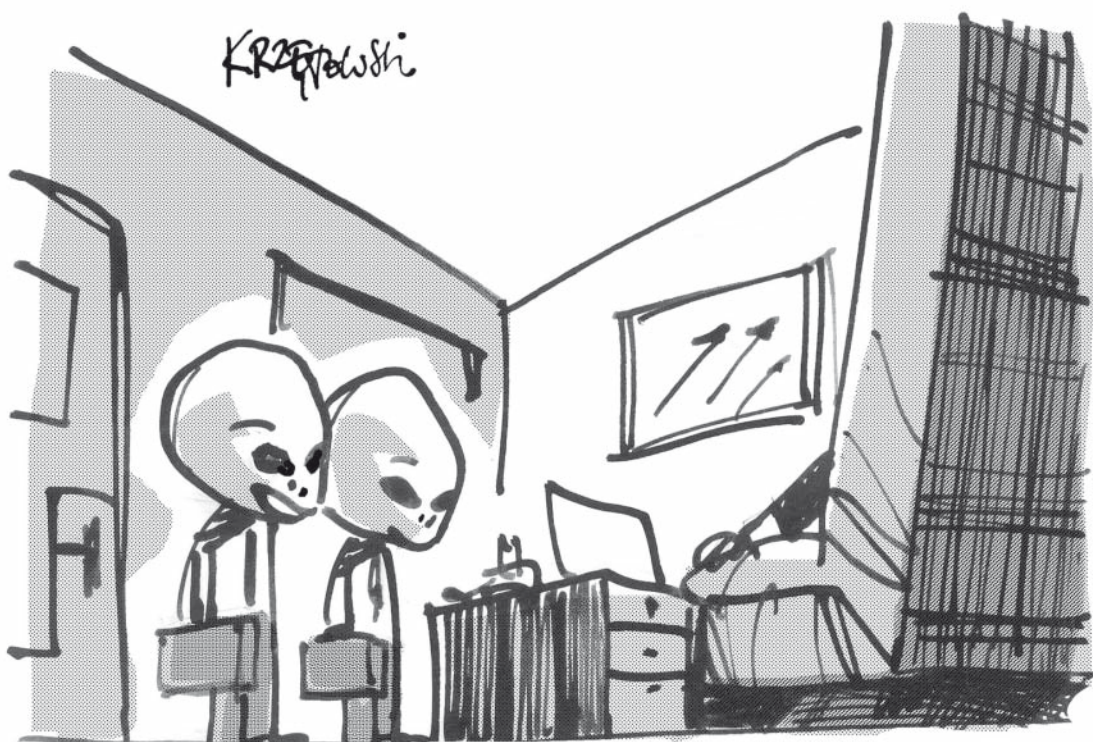
The New York Times

„THE NEW YORK TIMES”

Amerkańskie ministerstwo rolnictwa zezwoliło na produkcję i sprzedaż kurczaka wytwarzanego laboratoryjnie. Choć do pierwszej sprzedaży jeszcze daleka droga, to decyzja ma pomóc w rozwoju tego typu produktów. – Ostatnia decyzja ministerstwa rolnictwa niesie za sobą przełomowe zmiany dotyczące produkcji mięsa. Jest to dobry krok w stronę osiągnięcia bardziej zrównoważonej gospodarki – twierdzi dr Uma Valeti, założycielka spółki Upside Foods specjalizującej się właśnie w laboratoryjnej produkcji mięsa przy wykorzystaniu komórek zwierzęcych. Stany Zjednoczone stają się, obok Singapuru, drugim krajem na świecie, który do-

puszcza produkcję i sprzedaż laboratoryjnego mięsa. – Inne kraje z uwagą przyglądają się temu, jakie regulacje są przyjmowane w USA. Ostatnia decyzja ministerstwa rolnictwa mocno przyczynia się do popularyzacji tego typu metody wytwarzania mięsa – dodaje Bruce Friedrich, prezes Good Food Institute, organizacji non profit promującej tego typu rozwiązania. Na świecie około 100 spółek pracuje nad opracowaniem skutecznej i masowej metody produkcji laboratoryjnego mięsa. W ubiegłym roku wartość branży opiewała, według wyliczeń Grand View Research, na 247 mln dolarów, jednak ma ona wzrosnąć do 2030 r. do 25 mld dolarów. Sceptycy podkreślają, że nadal istnieją nierozwiązane kwestie bezpieczeństwa. GSU

KOMENTUJE JERZY KRZĘTOWSKI



Pod zastaw kredytu chcemy katowicki Spodek!

PARKIET

■ Parkiet Gazeta Giełdy i Inwestorów
www.parkiet.com
ul. Prosta 51, 00-838 Warszawa, tel. 22 463 03 16
kontakt dla inwestorów: sos@parkiet.com
prenumerata: 0 800 120 195
Zamówienia na prenumeratę przyjmują jednostki Ruchu, Kolporter, Garmond Press, GLM.
Prenumerata elektroniczna (e-wydanie, wydanie na tablecie):
tel. 801 15 15 15, 22 463 00 66
e-mail: serwis@parkiet.com, www.e-kiosk.pl, www.e-gazety.pl
■ Redaktor naczelny: Andrzej Stec
■ Zastępcy redaktora naczelnego:
Tomasz Goss-Strzelecki, Zdzisław Grzędziński,
Dariusz Wierczok
■ Działami kierują:
> firmy: Dariusz Wierczok, tel. 22 463 05 98
> finanse i gospodarka:
Tomasz Goss-Strzelecki, tel. 22 463 06 22
> analizy, finanse osobiste:
Wojciech Zieliński, tel. 22 463 05 99
> opinie i komentarze:
Zdzisław Grzędziński, tel. 22 463 06 05
> parkiet.com:
Tomasz Goss-Strzelecki, tel. 22 463 06 22
> studio graficzne:
Joanna Zygijel, tel. 22 463 05 91
■ Biuro Sprzedaży Gremi Media S.A.
tel. (+48) 22 629 86 14, (+48) 22 621 48 69,
fax (+48) 22 621 46 58,
(+48) 22 625 61 57, reklama@rp.pl

Dyrektor Biura Reklamy i Ogłoszeń
tel. (+48) 22 46 30 187, mail: reklama@rp.pl
Dyrektor Biura Konferencji i Projektów Specjalnych
tel. (+48) 22 46 30 147, projekty@rp.pl
Dyrektor Działu Szkoleń
tel. (+48) 22 46 30 188, wydarzenia@rp.pl
Projekt Nieruchomości
tel. (+48) 792 904 888, www.nieruchomosci.rp.pl

ZAMÓW OGŁOSZENIE, OGŁOSZENIE DROBNE,
KOMUNIKAT, NEKROLOG
tel. (+48) 22 629 86 14, (+48) 22 621 48 69
fax (+48) 22 621 46 58, (+48) 22 625 61 57
reklama@rp.pl
■ Dział Marketingu: tel. 22 463 05 57

■ Wydawca:
Gremi Media S.A.
■ Druk: Agora S.A.

gremi media

Za treść ogłoszeń redakcja nie ponosi odpowiedzialności.
© – znak zastrzeżenia praw autorskich; © – znak odpatności; © – umieszczenie tych dwóch znaków przy artykule oznacza możliwość jego dalszego rozpowszechniania tylko i wyłącznie zgodnie z postanowieniami „Regulaminu korzystania z artykułów prasowych” zamieszczonego na stronie www.rp.pl/regulamin i po wcześniejszym uzyszczeniu należności, zgodnie z cennikiem zamieszczonym na stronie www.rp.pl/licencja