

GIEŁDA

KGHM chce nadzoru w Tauronie

Miedziowy koncern zażądał zwolnienia walnego zgromadzenia akcjonariuszy Tauronu, drugiej największej firmy energetycznej w kraju. KGHM ma 10 proc. głosów w energetycznej spółce, ale żadnego reprezentanta w radzie nadzorczej. Chce to zmienić.

Walne miałyby się zająć uzupełnieniem składu rady Tauronu, która liczy dziś sześć osób, a zgodnie ze statutem mogłaby liczyć dziewięć. Pięciu reprezentantów ma skarbowo państwa, który kontroluje 30 proc. akcji spółki, a jednego instytucje finansowe.

Z naszych informacji wynika, że KGHM chce wprowadzić do rady dwóch swoich przedstawicieli. Próbowal to zrobić już przy okazji ostatniego walnego zgromadzenia, w maju, ale nie wyszło. KGHM jest drugim, po skarbie, największym akcjonariuszem Tauronu. [GRA]

888

mln zł ▶ Tyle jest wart 10-procentowy pakiet akcji Tauronu należący do KGHM.

Biedronka dostała zadyszki

Ostra rywalizacja cenowa w polskim handlu odbija się na wynikach lidera rynku. Kurs Jeronimo Martins leci w dół.

Największa sieć handlowa w kraju, z około 15-procentowym udziałem w sprzedaży żywności, zamknęła pierwsze półrocze spadkami sprzedaży porównywalnej (tzw. LFL), czyli w tych samych sklepach, które działały już w ubiegłym roku. Tymczasem przed ponad dekadę Biedronka kwartał po kwartale na poziomie LFL pokazywała wzrost.

– Wyniki Biedronki w pierwszym półroczu były poniżej moich oczekiwań i odbiły się na zyskach całej grupy. Podjęliśmy kroki, by odbudować wzrost na poziomie LFL i wykorzystać naszą silną pozycję lidera w następnych kwartałach – mówi Pedro Soares dos Santos, prezes Jeronimo Martins.

Biedronka miała w pierwszym półroczu 16,7 mld zł przychodów, czyli o 9,1 proc. więcej niż rok wcześniej – ale cały wzrost zawdzięcza nowo twierzanym sklepom, bo stare placówki traciły klientów. W polskich dyskontach, odpowiadających za 80 proc. zysków portugalskiej grupy (w pierwszym kwartale osiągnęły one 83 mln EUR na poziomie netto), kurczy się też marża EBITDA – w ostatnim kwartale o 0,8 pkt proc., do 7 proc. To przede wszystkim efekt zaostrzonej rywalizacji cenowej między polskimi sieciami marketów, trwającej od połowy ubiegłego roku.

Biedronka, walcząc o klientów, wprowadziła od dawna wyciekające płatności kartą, a także rozpoczęła nowe kampanie promocyjne. W prezentacji dla inwestorów po ogłoszeniu wyników przyznaje jednak, że „rywalizacja cenowa jest bardzo intensywna” i zapowiada w najbliższych miesiącach „kompleksowy przegląd oferty”, by odbudować wzrost sprzedaży. Zaczyna też czuć na plecach oddech konkurencji, której wcześniej szybko uciekała – np. brytyjskie Tesco, które traciło na jej rzecz udziały rynkowe, w tym roku w przeciwieństwie do Biedronki notuje wzrost LFL.

– W warunkach 3-procentowej inflacji kosztów i 15-procentowego wzrostu powierzchni sprzedaży szacujemy, że Biedronka potrzebuje wzrostu sprzedaży LFL na poziomie co najmniej 4 proc., by uniknąć spadku zysku operacyjnego – ocenia Jaime Vazquez, analityk JP Morgan. [MZAT]

REKLAMA

Prof. Jerzy Cieślak
mgr Mariusz Łopaciński
Centrum Przedsiębiorczości
Akademia Leona Koźmińskiego

Barometr Przedsiębiorczości

jako narzędzie pomiaru krótkookresowych zmian w poziomie aktywności przedsiębiorczej

W statystyce publicznej oraz w badaniach naukowych stosowane są różnorodne metody pomiaru aktywności przedsiębiorczej. Obserwacje zmian są prowadzone najczęściej w cyklu rocznym, co zaspakaja podstawowe potrzeby związane z prowadzeniem długofalowej polityki gospodarczej, wobec sektora przedsiębiorczości. Brak jest natomiast narzędzi do pomiaru krótkookresowych zmian, czyli „koniunktury przedsiębiorczej”, gdzie podstawowym okresem obserwacji jest miesiąc, ewentualnie kwartał. Tu jednak istotną przeszkodą jest brak danych ilustrujących tego typu krótkookresowe zmiany. Gdyby chcieć stworzyć system regularnego zasilania w niezbędne informacje, wiązałoby się to z olbrzymimi kosztami i obciążeniami natury administracyjnej.

Barometr Przedsiębiorczości to narzędzie, które pozwala uchwycić krótkookresowe (miesięczne) zmiany koniunktury przedsiębiorczej, tak by w przypadku niekorzystnych tendencji, móc podjąć niezbędne działania zaradcze. Konstrukcja tego narzędzia jest bardzo prosta a aktualizacja danych może być dokonywana przy minimalnych nakładach czasowych.

Tendencja zmian w koniunkturze przedsiębiorczej są analizowane przez pryzmat przyrostów/spadków liczby aktywnych firm, działających na danym terenie. Przyrosty w poszczególnych miesiącach są wynikiem rejestracji nowych podmiotów oraz wznowienia działalności firm wcześniej zawieszonych. Te dodatnie efekty są pomniejszane zarówno przez zawieszenia, jak i całkowite wyrejestrowanie działalności gospodarczej. Miernikiem koniunktury przedsiębiorczej jest efekt netto wspomnianych tendencji. Wszystkie dane są pozyskiwane z Rejestru REGON.

Diagram 1 ilustruje tendencje przyrostu/spadku liczby firm aktywnych w Warszawie w okresie styczeń – grudzień 2013. Choć przeważają miesiące dodatnie, okresy spadkowe nie należą do rzadkości.

Stołeczny Barometr Przedsiębiorczości (SBP) Warszawa 2013

Warszawa 2013 – Zmiany poziomu aktywności przedsiębiorczej w cyklu miesięcznym

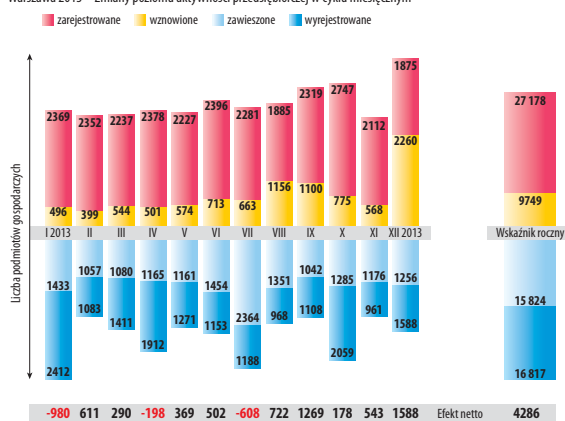


Diagram 1. Opracowanie własne na podstawie danych GUS i ZUS.

Dodatkowo, w Barometrze Przedsiębiorczości stosuje się dwa wskaźniki:

a) Wskaźnik rotacji finalnej:

NZ/WR = podmioty nowo zarejestrowane/podmioty wyrejestrowane.

Wskaźnik NZ/WR ilustruje tendencje dotyczące decyzji o wyborze ścieżki przedsiębiorczej bądź całkowitej rezygnacji z tej ścieżki. Graniczną wielkością jest liczba 1. W przypadku, gdy iloraz NZ/WR daje wynik powyżej 1, rotacja finalna pozytywnie wpływa na poziom aktywności przedsiębiorczej.

b) Wskaźnik rotacji przejściowej:

WN/ZA = podmioty, które wznowiły działalność/podmioty, które zawiesiły działalność.

Wskaźnik ten pozwala określić, w jaki sposób już zarejestrowani przedsiębiorcy reagują na

zmiany w otoczeniu gospodarczym. Wskaźnik powyżej 1 wskazuje na przewagę pozytywnych ocen przedsiębiorców, co do możliwości prowadzenia działalności gospodarczej, nad negatywnymi, i na odwrót.

Zastosowanie wskaźników rotacji finalnej i przejściowej w odniesieniu do działalności gospodarczej na terenie Warszawy pozwala na bardziej pogłębioną analizę występujących trendów (Diagram 2). Praktycznie w całym okresie liczba nowych przedsiębiorców przewyższała liczbę osób, które finalnie zdecydowały się zrezygnować z prowadzenia własnej firmy. To, co ciągnęło w dół aktywności przedsiębiorczą w Warszawie w 2013 r. to niekorzystny poziom wskaźnika rotacji przejściowej. Praktycznie cały badany okres, poza dwoma miesiącami, charakteryzował się większą liczbą firm zawieszonych od tych, które wznowiły działalność. Interesujące jest wyraźne odwrócenie trendu w grudniu 2013 roku, kiedy liczba przedsiębiorstw wznowiających działalność była prawie dwukrotnie wyższa niż liczba przedsiębiorstw zawieszonych. Mimo tych pozytywnych zmian, za cały rok średni wskaźnik rotacji przejściowej był bardzo niski (0,6).

Warszawa 2013 – Wskaźnik rotacji

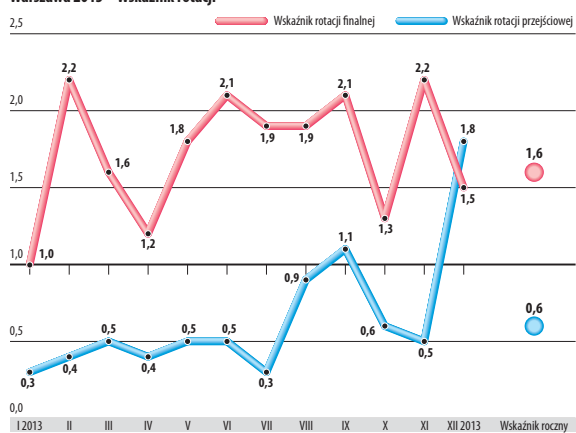


Diagram 2. Opracowanie własne na podstawie danych GUS i ZUS.

Przeprowadzone testy zastosowania Barometru Przedsiębiorczości dotyczą roku 2013. Bardziej pogłębione wnioski będzie można wyciągnąć po zebraniu doświadczeń w dłuższym okresie. Jednakże na przykładzie Warszawy już teraz widać dużą przydatność tego narzędzia. W oparciu o podstawowe dane zebrane przy minimalnym zaangażowaniu sił i środków można poczynić bardzo interesujące obserwacje.

Trzeba mieć na uwadze pewne ograniczenia, wynikające z posługiwania się danymi z Rejestru REGON. Jest on obciążony wadą, wynikającą z historycznego „nawisu” firm, które nie prowadzą już działalności, ale formalnie widnieją w Rejestrze, jako aktywne. W przyjętej konstrukcji Barometru Przedsiębiorczości, ten mankament nie odgrywa istotnej roli. Pewnym problemem jest natomiast fakt, że przedsiębiorcy deklarują moment wznowienia działalności, jako indykatywny, co nie zawsze musi odzwierciedlać stan faktyczny.

Koncepcja Barometru została opracowana w ramach Projektu „Stołeczne Forum Przedsiębiorczości”¹ a następnie przetestowana na danych dotyczących Warszawy i jej poszczególnych dzielnic. W aktualnym formacie, narzędzie to może być z powodzeniem stosowane na wszystkich poziomach: kraju, regionu, powiatu, gminy, itp.

Jednostki samorządu terytorialnego zainteresowane jego wdrożeniem proszone są o kontakt z Centrum Przedsiębiorczości Akademii Leona Koźmińskiego, e-mail: sfop@kozminski.edu.pl, tel.: 22 519 22 17.

1. Stołeczne Forum Przedsiębiorczości (SFoP). Opracowanie, promocja i pilotażowe wdrożenie nowych metod współpracy warszawskiego samorządu i przedsiębiorstw dla skutecznego zarządzania zamianą gospodarczą, jest wspólnym projektem, miasta stołecznego Warszawy oraz Akademii Leona Koźmińskiego, realizowanym w latach 2012-2014 i dofinansowanym ze środków Unii Europejskiej. Działania w Projekcie adresowane są do przedsiębiorców z terenu 6 dzielnic Warszawy i mają na celu stymulowanie relacji sieciowych oraz usprawnić komunikację między przedsiębiorcami a lokalną administracją. Więcej na: www.sfop.um.warszawa.pl



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



MIASTO
STOŁECZNE
WARSZAWA



AKADEMIA
LEONA KOŹMIŃSKIEGO



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

