

mgr inż. Maria Tokarska

Studium Nauk Matematyczno-Przyrodniczych
Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Krośnie

Serwisy Investor Relations źródłem informacji dla inwestorów

WPROWADZENIE

Zmiany dokonujące się w ostatnich latach, wywołane gwałtownym rozwojem technologii informatycznych, a szczególnie Internetu, są niezwykle rozległe i zmuszają współczesne organizacje gospodarcze do szybkich zmian w wielu obszarach ich funkcjonowania. Internet, a szczególnie World Wide Web (WWW) dają wiele nowych możliwości sprawniejszego, efektywniejszego czy wręcz nowatorskiego działania. Zmiany jakościowe nie ominęły również serwisów poświęconych Investor Relations (IR). Ciągły rozwój nowoczesnych technologii informacyjnych (IT) zmienił sposób prowadzenia działań z zakresu Investor Relations jednocześnie zwiększając ich paletę narzędzi.

W literaturze omawiającej zakres działań relacji inwestorskich można napotkać różne definicje tego zagadnienia. Definicje opisują tę działalność za pomocą fundamentalnego czynnika, jakim jest komunikacja spółki giełdowej ze społecznością inwestorską. Tak definiuje relacje inwestorskie giełda w Londynie (LSE) – jest to szeroki zakres dróg, którymi notowana na giełdzie spółka komunikuje się z różnymi inwestorami, zarówno obecnymi, jak i potencjalnymi. Jak każdy proces komunikacji relacje inwestorskie powinny być dwustronne¹. Można też spotkać definicję mówiącą, że IR to proces komunikacji ograniczający się jedynie do ujawnienia informacji obecnym i potencjalnym akcjonariuszom o spółce i jej dokonaniach finansowych².

Jak podaje najstarsza instytucja zajmująca się relacjami inwestorskimi – National Investor Relations Institute: „Relacje inwestorskie to element zarządzania strategicznego, obejmujący finanse, komunikację, marketing i przestrzeganie prawa obrotu papierami wartościowymi, który umożliwia efektywną komunikację między spółką, społecznością inwestorską i pozostałymi zainteresowanymi stronami i w efekcie przyczynia się do rzetelnej wyceny papierów wartościowych przez rynek”³.

¹ *A Practical Guide to Investor relations*, LSE, London 2000, s. 5.

² http://www.investorwords.com/2631/investor_relations.html, dostęp 25.01.2011.

³ www.niri.org/about/mission.cfm, dostęp 05.02.2011.

Relacje inwestorskie to wzajemnie korzystny proces dwustronnej komunikacji spółki z inwestorami i ich środowiskiem opiniotwórczym. Głównym celem tej działalności spółki jest informowanie inwestorów o działalności spółki, budowanie zaufania, obniżanie kosztu kapitału i osiągnięcie pełnej wyceny spółki⁴.

Giełda Papierów Wartościowych (GPW) w Warszawie dostrzegła również znaczenie Internetu dla budowania trwałych i efektywnych relacji z inwestorami. W ramach wdrażania Programu Wspierania Płynności GPW opracowała modelowy serwis relacji inwestorskich, który określa zakres i sposób prezentacji zawartości strony relacji inwestorskich. Podany model jest rekomendowany jako wzorcowe rozwiązanie wszystkim spółkom notowanym na GPW. Jego wprowadzenie jest obowiązkowe dla wszystkich spółek notowanych na GPW⁵.

W zaprezentowanym artykule wskazano co powinien zawierać idealny serwis IR, a także przedstawiono analizę serwisów online spółek występujących na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych wchodzących w skład 20 największych spółek – WIG20 jako źródła informacji o spółce dla potencjalnych inwestorów. Wybrane spółki WIG20 badane były przez autorkę w okresie od lipca 2010 r. do stycznia 2011 r. Wyniki badań zostały przedstawione w tabeli 1. Głównym powodem takiego wyboru notowanych spółek jest zbadanie gotowości tych spółek do informowania inwestorów, udzielając informacji na swoich stronach internetowych oraz docenienie zgodności z przepisami warszawskiej Giełdy Papierów Wartościowych (GPW).

SERWIS INTERNETOWY INVESTOR RELATIONS JAKO ŹRÓDŁO INFORMACJI O SPÓŁCE

Internet jest wszechstronnym i efektywnym narzędziem umożliwiającym inwestorom oraz wszystkim innym osobom dotarcie do informacji o spółce. Dla inwestorów możliwość sprawdzenia spółki w Internecie jest jednym z pierwszych kroków poprzedzających podjęcie decyzji inwestycyjnej, gdyż Internet dostarcza najbardziej dogodnego sposobu zbadania spółki niezależnie od tego, czy jest to spółka krajowa czy zagraniczna.

Spółki, które decydują się na prowadzenie działań Investor Relations powinny to robić w sposób profesjonalny. Jak powinien wyglądać i co zawierać idealny serwis internetowy IR? Według wskazań Giełdy Papierów Wartościowych modelowa witryna WWW przedstawiająca zawartość internetowego serwisu Investor Relations powinna zawierać niżej wymienione działy, których analiza i ocena została przedstawiona w tabeli 1:

⁴ D.A. Niedziółka, *Relacje inwestorskie*, PWN, Warszawa 2008, s. 4.

⁵ www.smi.pl/pub/files/Do_pobrania/Brief_081205_relacje_inwestorskie.pdf, dostęp 6.02.2011.

1. Spółka

- Akcjonariat – są tu zgromadzone informacje na temat aktualnej struktury akcjonariatu. Dane te mogą być przedstawione w formie graficznej (wykres kołowy, tzw. serek) lub w formie tabelarycznej. Zazwyczaj wystarczy wskazanie udziału danego akcjonariusza w ogólnej liczbie głosów emitenta. W zakładce tej powinna być również informacja na temat struktury kapitału zakładowego, w podziale na poszczególne emisje, ze wskazaniem liczby akcji, ich rodzaju, wartości nominalnej oraz ewentualnych uprzywilejowań akcji.

- Walne zgromadzenie – podstrona ta powinna przedstawiać informację o terminie i miejscu walnego zgromadzenia, porządku obrad oraz projekty uchwał wraz z uzasadnieniami, a także inne dostępne materiały związane z walnymi zgromadzeniami spółki. Informacje te powinny być zamieszczane co najmniej na 14 dni przed wyznaczoną datą walnego zgromadzenia.

- Kontakt dla inwestorów – na stronie tej powinny znaleźć się dane osobowe (imię i nazwisko) osoby odpowiedzialnej za IR, numer telefonu oraz adres e-mail. Są to podstawowe dane, które umożliwiają otoczeniu inwestycyjnemu kontakt z osobą odpowiedzialną w spółce za IR. GPW zaleca również, by w dziale tym występowała również podstrona z możliwością wypełnienia formularza i zadania pytania ekspertom z działu IR – dział „Zadaj pytania” oraz zbiór „często zadawanych pytań” FAQ (ang. *Frequently Asked Questions*). Są to pytania i odpowiedzi na nie, tworzone głównie po to, aby uwolnić się od ciągłego odpowiadania na stale powtarzające się pytania⁶.

2. Informacje finansowe – sekcja ta powinna prezentować podstawowe dane finansowe oraz wskaźniki finansowe Spółki za ostatnie 5 lat obrotowych, zgodnie z tabelą pod adresami http://naszmodel.gpw.pl/podstrona_02_01.html oraz http://naszmodel.gpw.pl/podstrona_02_02.html.

3. Raporty – tworzenie i rozpowszechnianie raportów okresowych oraz bieżących jest wymagane i określone przez prawo. Raporty okresowe, w zależności od wymagań giełdy, mogą być kwartalne lub półroczne. Podstawowym celem raportów okresowych jest przedstawienie finansowych wyników działalności spółki między raportami rocznymi. Link do pełnej treści raportu powinien wskazywać datę publikacji raportu, numer raportu oraz jego tytuł.

4. Akcje Spółki na Giełdzie

- Oferta publiczna akcji – to sekcja zawierająca podstawowe informacje na temat przeprowadzonej oferty publicznej, w tym w szczególności: tryb przeprowadzonej emisji, podstawę prawną emisji, terminy oferty, cenę emisyjną, liczbę akcji objętych ofertą. Powinny być również umieszczone informacje o zatwierdzeniu przez Komisję Nadzoru Finansowego (KNF) prospektu oraz o ewentualnych innych decyzjach KNF dotyczących planowanej lub przeprowadzanej oferty. Dział ten powinien zawierać informacje nie tylko dotyczące bieżących emisji, ale i wszystkich emisji publicznych przeprowadzonych przez Spółkę w przeszłości.

⁶ <http://pl.wikipedia.org/wiki/FAQ>

- Prospekt emisyjny i aneksy – oprócz prospektu i aneksów do niego internauta powinien znaleźć informację o terminie ważności prospektu emisyjnego i konieczności sporządzania przez emitenta aneksów do prospektu, a także informacje o decyzjach KNF dotyczących prospektu (aneksów do prospektu).

- Notowania – w części tej powinny znajdować się bieżące notowania spółki w postaci wykresu i tabeli (wzór na stronie http://naszmodel.gpw.pl/podstrona_04_02.html).

- Historia operacji na akcjach – każdy poszukujący powinien znaleźć tutaj szczegółowe informacje dotyczące operacji na papierach spółki, tj.: pierwsze notowanie, podział akcji, dywidenda, prawo poboru, kolejne emisje akcji, kolejne wprowadzenie akcji do obrotu, wezwania, przymusowy wykup.

5. Kalendarium wydarzeń korporacyjnych – w dziale tym można znaleźć następujące informacje na temat harmonogramu publikacji raportów okresowych, daty walnych zgromadzeń, zdarzeń korporacyjnych (daty ustalenia prawa poboru, prawa do dywidendy, terminy notowań praw poboru), terminy i miejsca spotkań z inwestorami/analitykami, konferencji prasowych.

6. Prezentacje

- Prezentacje inwestorskie – informacje przedstawiane na tej stronie to prezentacje wykorzystywane przez spółkę w trakcie spotkań z inwestorami/analitykami oraz na konferencjach prasowych. W sekcji tej mogą się znaleźć także relacje video (*webcasty*) z wydarzeń korporacyjnych. Dostępne technologie umożliwiają w łatwy sposób nawet niewykwalifikowanym osobom zarejestrować ważne wydarzenia, a następnie zamieścić je w Internecie. W szczególnych przypadkach możliwe jest także przeprowadzenie przekazu „na żywo”.

- Komunikaty prasowe – to dział poświęcony na umieszczanie informacji przeznaczonych dla mediów (prasy, radia, TV)

7. Dodatkowe pliki – można tu znaleźć materiały dla inwestorów, linki do stron związanych z działaniem giełdy i sektora bankowego.

Na stronie Relacje Inwestorskie mogą być zamieszczane również inne informacje, jeżeli mają one bezpośredni związek ze statusem firmy jako spółki publicznej. Nie jest to podejście, które zaleca GPW ze względu na upowszechnienie się wśród inwestorów pewnego standardu, czytelnego i porównywalnego dla akcjonariuszy różnych spółek giełdowych. Nie powinny być umieszczane również żadne inne informacje, które wprawdzie dotyczą spółki, ale ich związek z funkcjonowaniem jej jako spółki giełdowej oraz z jej relacjami z akcjonariatem jest niedostatecznie istotny z punktu widzenia właściwych relacji między spółką a uczestnikami rynku kapitałowego⁷.

Celem modelu relacji inwestorskich jest budowanie wizerunku oraz rzetelne i profesjonalne przekazywanie informacji o spółce, jej działaniach, wynikach finansowych i planach obecnych i potencjalnych inwestorów, dlatego warto zadbać o wysokiej klasy serwis internetowy IR. Jednym z ważniejszych narzędzi słu-

⁷ naszmodel.gpw.pl/index.html, dostęp 21.01.2011.

zącym do komunikacji firmy z otoczeniem jest korporacyjna strona internetowa spółki. To najszybszy i najtańszy sposób publikacji danych, a zarazem możliwość zaprezentowania rzetelnych i pełnych informacji o firmie w jednym miejscu. Witryna internetowa zapewnia utrzymanie bezpośredniego kontaktu z odbiorcą informacji⁸.

INVESTOR RELATIONS SPÓŁEK WIG20 – ANALIZA SERWISÓW WWW

O tym jak wyglądają relacje inwestorskie na polskim rynku oraz oczekiwaniach inwestorów w zakresie komunikacji i informacji niezbędnych w ocenie atrakcyjności inwestycyjnej spółek, bardzo wiele dowiedzieć możemy się z cyklicznych badań przeprowadzanych na zlecenie NBS Communications. NBS Communications jest jedną z najbardziej doświadczonych agencji w Polsce. Powstała w 1989 roku i specjalizuje się w finansowym i korporacyjnym public relations⁹.

Jak pokazują wyniki badania WarsawScan w 2010 roku – serwisy internetowe są drugim w kolejności najważniejszym i najwiarygodniejszym źródłem informacji. W relacjach z inwestorami najbardziej użyteczna jest aktualna strona internetowa. Badania wykazują, że znacznie rośnie tendencja do korzystania ze źródeł internetowych. Inwestorzy zapytani o media, które są dla nich najważniejszym źródłem informacji wskazali agencje informacyjne. Drugim bardzo ważnym podanym przez nich źródłem są serwisy internetowe. Mniejszą liczbę głosów otrzymały telewizja, tygodniki i miesięczniki oraz radio. Najmniejszą popularnością wśród inwestorów cieszyły się informacje zaczerpnięte z blogów i internetowych forów dyskusyjnych, a także z reklamy. Przy ocenie witryn poświęconych relacjom inwestorskim ankietowani analitycy i zarządzający zwracali uwagę, że najczęściej na stronach WWW IR brak jest aktualnych prezentacji korporacyjnych oraz kontaktów do konkretnych osób odpowiedzialnych za relacje inwestorskie¹⁰.

Czy rzeczywiście strony internetowe są jednym z najlepszych źródeł informacji dla inwestorów i zawierają najważniejsze informacje z ich punktu widzenia? Na to pytanie pozwoli odpowiedzieć analiza stron Investor Relations wchodzących w skład WIG20 (stan na dzień 1.02.2011).

Formularz oceny stron internetowych wzorowany był na metodzie jakościowo – heurystycznej według Helge Clausen, w której bada się wybrany zespół cech formalnych czy treściowych¹¹. Metoda ta pozwoliła na ocenę witryn według ściśle określonych kryteriów, w skład których wchodziły:

⁸ A. Krug, *Relacje inwestorskie online jako narzędzie tworzenia wizerunku spółek giełdowych* – http://www.piri.pl/pol/publikacje/ri_online.pdf, dostęp 30.01.2011.

⁹ www.nbs.pl, dostęp 1.02.2011.

¹⁰ <http://media2.pl/badania/64593-warsawscan-2010-zasoby-internetu-zrodlem-wiedzy-przywyczenie-spolpek.html>, dostęp 3.02.2011.

¹¹ B. Bednarek-Michalska, *Oceń jakość informacji elektronicznej*. <http://biblioteka.oeiizk.waw.pl/konf4.html>, dostęp 31.01.2011.

- informacje o spółce (informacje dotyczące akcjonariatu, zarządu, rady nadzorczej, walnego zgromadzenia, kontakt dla inwestorów, grupy kapitałowej),
- informacje finansowe (informacje finansowe i podstawowe wskaźniki finansowe),
- raporty (bieżące, okresowe i roczne),
- akcje na Giełdzie (oferta publiczna akcji, prospekt emisyjny, notowania, historia operacji na akcjach),
- kalendarium (kalendarz wydarzeń korporacyjnych),
- prezentacje (prezentacje inwestorskie, webcasty i centra prasowe),
- interaktywność – (newsletters, najczęściej zadawane pytania (FAQ), przydatne linki).

Dzięki tej metodzie uzyskano obiektywną ocenę analizowanych stron internetowych, a w przypadku powtórzenia badania umożliwia ona analizę zmian zachodzących w serwisach spółek. Każda badana strona WWW mogła uzyskać maksymalnie 39 pkt. Za każdą odpowiedź „tak” otrzymywała 1 pkt, a za odpowiedź „nie” – 0 pkt. W tabeli 1 zamieszczono wyniki badań.

Tabela 1. Ocena stron internetowych IR spółek WIG20

Lp.	Nazwa Spółki	Adres internetowy	Łączna ocena	
			Tak	Nie
1	BRE BANK SA	www.brebank.com.pl	34	5
2	KGHM POLSKA MIEDŹ SA	www.kghm.pl	31	8
3	PEKAO SA	www.pekao.com.pl	30	9
4	TAURON POLSKA ENERGIA SA	www.tauron-pe.pl	30	9
5	ASSECO POLAND SA	inwestor.assecop.pl	29	10
6	BANK ZACHODNI WBK	inwestor.bzwbk.pl	29	10
7	PBG SA	www.pbg-sa.pl	29	10
8	TP SA	www.tp.pl	29	10
9	PKO BP	www.pkobp.pl	28	11
10	CYFROWY POLSAT SA	www.cyfrowypolsat.pl	29	10
11	PGNiG	www.pgnig.pl	28	11
12	PKN ORLEN SA	www.orlen.pl	28	11
13	PZU	www.pzu.pl	26	13
14	GETIN	www.getin.pl	26	13
15	TVN SA	investor.tvn.pl	25	14
16	POLSKA GRUPA ENERGETYCZNA	www.pgesa.pl	24	15
17	LOTOS SA	www.lotos.pl	24	15
18	POLIMEX MOSTOSTAL SA	www.polimex-mostostal.pl	21	18
19	GLOBE TRADE CENTER SA	www.gtc.com.pl	17	22
20	CEZ POLSKA Sp. z o.o.	www.cezpolska.pl	12	27

Źródło: obliczenia własne.

Wszystkie badane spółki można było znaleźć w najpopularniejszej wyszukiwarce www.google.pl poprzez wpisanie nazwy firmy jako słowa kluczowego. Ma to duże znaczenie w przypadku poszukiwania informacji o spółce przez internau-

tę, gdy nie zna dokładnego adresu internetowego. Wyszukiwarka ta odnajdywała oficjalną stronę spółki w pierwszej kolejności.

Dzięki przeprowadzonej analizie można stwierdzić, że większość badanych stron osiągnęła wynik przeciętny uzyskując od 24 do 29 punktów na 39 możliwych. Wynik dobry uzyskały tylko dwie spółki: KGHM Polska Miedź SA – 31 pkt, BRE Bank SA – 34 pkt. Słaby wynik w ocenie uzyskała strona WWW – Globe Trade Center SA (GTC SA) 17 pkt, a najsłabiej wypadła strona WWW spółki CEZ Polska Sp. z o.o. otrzymując jedynie 12 pkt.

Wszystkie serwisy dostępne są nie tylko w polskiej wersji językowej, ale także angielskiej. Angielskojęzyczna wersja wymagana jest od 1.01.2009 r. przez GPW. Jedna strona IR ma również wersję rosyjską – jest to serwis spółki LOTOS SA.

Kluczem do sukcesu IR jest dostosowanie informacji do potrzeb rynku. Pierwszym krokiem jest poznanie „Informacji o spółce”. Jest to dział, w którym powinny zostać zaprezentowane wszystkie dane dotyczące spółki, istotne z punktu widzenia rynku kapitałowego. W szczególności powinny być tam prezentowane dane dotyczące akcjonariatu, walnego zgromadzenia oraz dane kontaktowe osoby odpowiedzialnej za kontakt z inwestorami. Wszystkie badane spółki stosują się do zaleceń GPW i zamieszczają informacje na temat swojej aktualnej struktury akcjonariatu, zarządu, jego składu oraz rady nadzorczej oraz 95% umieszcza dane teled adresowe umożliwiające kontakt inwestorom z osobami odpowiedzialnymi za IR. Informacje o Zarządzie i Radzie Nadzorczej w przypadku większości spółek można znaleźć na podstronach strony głównej, nie zaś w dziale poświęconym relacjom inwestorskim. 15% badanych spółek nie umieszcza informacji o Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy. Są to Polimex Mostostal SA, CEZ Polska Sp. z o.o. W przypadku spółki CEZ Polska Sp. z o.o. może to wynikać z faktu, że główna siedziba firmy znajduje się w Czechach, a główny serwis WWW występuje w języku czeskim. W Polsce znajduje się jedynie oddział tej spółki, co nie zwalnia jej z umieszczenia tych informacji, gdyż jest notowana na polskiej GPW.

W badaniu tego działu stron WWW potwierdzają się wyniki WarsawScan 2010, że brak jest kontaktów do konkretnych osób odpowiedzialnych za IR. W przeważającej części jest to jedynie numer telefonu i adres e-mail do jednej osoby. Jedna badana spółka (CEZ Polska Sp. z o.o.) nie umieszcza danych kontaktowych przeznaczonych specjalnie dla inwestorów.

Sekcja „Informacje finansowe” prezentuje podstawowe dane finansowe oraz wskaźniki finansowe spółek, tj.: rentowność sprzedaży, wskaźnik płynności bieżącej, wskaźnik ogólnego zadłużenia, wskaźnik rentowności na aktywach¹². Aktualne dane finansowe, czyli pierwsze źródło informacji dla potencjalnego inwestora, w różny sposób (zestawienia tabelaryczne lub raporty) prezentuje 95% badanych spółek. Najgorzej wypadła strona spółki, która w przedstawionej tabeli 1 zajmuje ostatnie miejsce. Żadnych informacji dotyczących bieżących wskaźników finansowych, co jest zalecane i wymagane przez GPW nie umieszcza połowa

¹² http://naszmodel.gpw.pl/podstrona_02_02.html, dostęp 12.02.2011.

z badanych spółek. Brak tych informacji może niekorzystnie wpłynąć na wizerunek spółki na rynku inwestycyjnym.

Poza aktualnymi danymi powinny być prezentowane dane archiwalne, które ułatwią inwestorom lepszą ocenę kondycji finansowej spółki. Do tego wymagania stosuje się 85% badanych spółek. Dane te są szczególnie istotne z punktu widzenia inwestorów, gdyż pozwalają im na ocenę tego, jak zachowywały się akcje spółki w dłuższym przedziale czasowym.

Sekcja „Informacje Finansowe” jest najważniejszą i najbardziej interesującą zakładką dla inwestorów, gdyż dostępne w tym dziele dane są aktualne oraz rzetelne. Inwestor powinien mieć pewność, że informacje tu umieszczone są w pełni zgodne z rzeczywistością i nie musi odwiedzać innych serwisów, aby uzupełnić, czy zweryfikować wiedzę, jaką zdobył na tej stronie.

„Raporty” to dział, który zamieszcza wszystkie raporty bieżące, okresowe oraz roczne publikowane przez spółkę w Elektronicznym Systemie Przekazywania Informacji (ESPI). Raporty bieżące służące ujawnieniu istotnych informacji dotyczących spółki, czyli tych, które mogą wpłynąć na wycenę firmy przez inwestorów, umieszcza 90% badanych spółek. W trakcie badania dwie spółki, ta, która uzyskała największą i najmniejszą liczbę punktów (BRE BANK SA oraz CEZ Polska Sp. z o.o.), nie udostępniły raportów bieżących. Raportów okresowych (kwartalnych lub półrocznych) nie umieściło jedynie 15% badanych spółek. Są to spółki PKN Orlen SA, CEZ Polska Sp. z o.o. oraz PKO SA.

Dostępu do raportów rocznych na swoich stronach nie ma spółka CEZ Polska Sp. z o.o., PZU SA oraz TAURON Polska Energia SA. W przypadku PZU SA oraz TAURON może być to spowodowane tym, że są to spółki, które swój debiut na GPW miały dopiero 12.05.2010 r. (PZU) i 30.06.2010 r. (TAURON) i jeszcze na swoich stronach nie zdążyły umieścić raportu za rok 2010.

Wszystkie raporty umieszczane są w formie plików do pobrania i wersji pozwalającej na obróbkę oraz łatwą analizę i przetwarzanie danych. Na analizowanych stronach można było znaleźć odnośniki do archiwalnych raportów. Link do pełnej treści raportu przeważnie wskazywał datę publikacji raportu, numer raportu oraz jego tytuł zgodnie z zaleceniami GPW.

„Akcje na Giełdzie” to część serwisu poświęcona kompleksowym informacjom na temat obrotu akcjami spółki na Giełdzie. Istotną cechą tej części serwisu jest obszerność i pełność informacji. W dziale „Notowania” wykres i tabele obrazujące wyniki giełdowe w perspektywie bieżącej, tygodniowej, miesięcznej dostępne są w trybie online. Wykresu bieżących notowań nie umieściła jedynie spółka Polska Grupa Energetyczna. Tabele z notowaniami spółki na swoich stronach IR umieszcza jedynie 75% badanych spółek. Bieżących notowań w postaci tabeli nie posiadają trzy spółki. Dwie to te, które w przeprowadzonej analizie zajmują ostatnie miejsce, tj. Globe Trade Center SA i CEZ Polska Sp. z o.o. oraz spółka, która osiągnęła 25 pkt – TVN SA. Serwis ten powinien zawierać również ważne informacje o rynku notowań, sektorze branżowym, do którego należy spółka.

Takie pokazanie notowań umożliwia inwestorom porównanie, jak kształtują się rzeczywiste notowania spółki na tle rynku.

„Prospekt emisyjny” – to dokument o charakterze informacyjnym, publikowany przez emitenta papierów wartościowych, skierowany do potencjalnych akcjonariuszy. Dokument ten powinien zawierać informacje na temat rodzaju oferty i jej adresata, sposobu przeprowadzenia emisji oraz szczegółowe informacje o sytuacji finansowej emitenta¹³. Taki dokument na swoich stronach WWW umieściła tylko połowa badanych spółek.

„Historia operacji na akcjach spółki” to jedna z ostatnich zakładerek prezentowanych w dziale dotyczącym akcji spółki na Giełdzie. Jest ona szczególnie istotna z punktu widzenia inwestorów, gdyż pozwala im na ocenę tego, jak zachowywały się akcje spółki w dłuższym okresie i jakie decyzje dotyczące akcji i dywidendy były podejmowane przez władze spółki. Informacje dotyczące historii operacji na akcjach prezentuje połowa badanych spółek, a o podziale dywidendy swoich inwestorów informuje jedynie 65% badanych spółek. Informacje prezentowane w tym dziale mają bezpośredni wpływ na decyzje inwestycyjne.

„Kalendarium” to sekcja na stronie internetowej spółki prezentująca wszystkie wydarzenia skierowane do uczestników rynku kapitałowego. Istotną cechą kalendarza wydarzeń powinno być to, że zawiera zapowiedzi wydarzeń, które będą miały miejsce w spółce, a nie wydarzenia, które już miały miejsce. Kalendarza informującego co w najbliższym czasie wydarzy się w spółce na swoich serwisach IR nie umieściło 5% badanych spółek. Jest to spółka zajmująca ostatnie miejsca w tabeli 1 – CEZ Polska Sp. z o.o.

Większość opisanych powyżej sekcji serwisu IR ma dość formalny, finansowy charakter. Dział poświęcony „prezentacjom” w dużym stopniu może pomóc w budowaniu właściwego wizerunku spółki. Prezentacje multimedialne, które uatrakcyjnijają wizerunek przedsiębiorstwa, zdecydowało się umieścić 90% badanych spółek. Są to przeważnie pliki do pobrania w formacie PDF, prezentacji programu Power Point lub wyświetlane na stronie w postaci animacji flash.

Coraz częściej stosowanym rozwiązaniem, które może pomóc w budowaniu relacji z inwestorami i ułatwić im kontakt ze spółką, są transmisje online z najważniejszych wydarzeń jakie miały miejsce w spółce (np. walnych zgromadzeń), umożliwiające na żywo śledzenie przebiegu obrad w Internecie. Nagrania z transmisji są później przedstawiane jako relacje wideo (Webcasty). Ponad połowa (60%) badanych spółek wchodzących w skład WIG20 umieściła na swoich serwisach internetowych poświęconych IR Webcasty. To narzędzie bardzo przyjazne nie tylko dla akcjonariuszy, ale może być również ciekawą propozycją informacji o spółce dla przedstawicieli mediów i analityków giełdowych.

Narzędzia, dzięki którym inwestorzy i pozostali uczestnicy rynku kapitałowego chcą i mogą mieć ułatwiony kontakt ze spółką, to dział, który można na-

¹³ pl.wikipedia.org/wiki/Prospekt_emisyjny, dostęp 6.02.2011.

zwać „bądź na bieżąco”. Do najpopularniejszych narzędzi tego działu należą: newsletter – informacje otrzymywane na skrzynkę pocztową, na które inwestor wyraził zgodę, zestaw najczęściej zadawanych pytań i odpowiedzi na nie (tzw. FAQ) oraz kanały RSS. Możliwość zapisania się na newslettera z poziomu strony głównej relacji inwestorskich posiada 60% (12) badanych spółek, a tylko trzy spośród nich (PKO BP, TP SA, TVN SA) nie przesyłają aktualnych wiadomości. W dłuższym okresie brak przesyłanych informacji na pewno nie pomoże w budowaniu pozytywnego wizerunku spółek.

Dział FAQ, w którym inwestorzy mogą znaleźć odpowiedź na najczęściej zadawane pytania, na swoich stronach WWW umieściło mniej niż połowa (45%) badanych spółek.

Jednym z ciekawszych rozwiązań nowych technologii z zakresu komunikacji jest RSS. To narzędzie umożliwiające szybką i prostą komunikację z użytkownikami serwisu. Może być bardzo efektywne, gdyż inwestor nie musi wchodzić na stronę, RSS automatycznie powiadamia zawsze wtedy, gdy znajdzie się na niej jakaś nowość. Aby można było korzystać z tej usługi należy na komputerze zainstalować odpowiedni program (tzw. czytnik kanałów), który z wybranej strony oferującej usługę RSS będzie pobierał informacje o aktualnościach. Dostęp do takich nowinek technologicznych nie jest jeszcze powszechnie stosowany. Widać to przykładzie badanych spółek, gdyż tylko połowa z nich umieściła go na stronie IR.

Chcąc nie chcąc Internet staje się teraz głównym źródłem informacji dla inwestorów, którzy zawsze pragną być na bieżąco i mieć jednakowy i nieograniczony dostęp do informacji o spółce. Agregację źródeł informacji w jednym miejscu daje zakładka z narzędziami takimi jak: newsletter, FAQ, RSS.

Głównym celem przyświecającym IR jest osiągnięcie optymalnej wartości giełdowej. Profesjonalnie prowadzona komunikacja daje możliwości opowiedzenia o firmie w strategiczny, całościowy sposób, pokazania wizji, planów, możliwości. Zadaniem IR jest ciągle dbanie o reputację firmy giełdowej, budowa płaszczyzny porozumienia i zaufania między inwestorami, a w konsekwencji – zdobycie kapitału po najniższych kosztach¹⁴. Strona WWW poświęcona IR może i powinna prowadzić do utrzymania i zwiększenia zainteresowania spółką akcjonariuszy, budować więzi oparte na rzetelnej informacji oraz dostosowywać się do oczekiwań uczestników rynku kapitałowego.

PODSUMOWANIE

Relacje inwestorskie jako nowoczesny sposób komunikacji spółki z rynkiem stanowią jedno z ważniejszych zagadnień w procesie budowy i funkcjonowania nowoczesnego, konkurencyjnego rynku finansowego. Mają one na celu kreowanie

¹⁴ <http://www.opoka.org.pl/biblioteka/X/XB/investorelations.html>, dostęp 11.03.2011.

i utrzymanie efektywnej komunikacji spółki z otoczeniem inwestorskim. Podstawowym celem działań IR jest przedstawienie rzetelnego obrazu spółki, budowanie wiarygodności i zaufania w oczach inwestorów. Swobodny dostęp do informacji, z jakim w dzisiejszych czasach mamy niewątpliwie do czynienia, nie tworzy barier w zdobywaniu wiedzy o spółce.

Celem artykułu było wskazanie, co powinien zawierać idealny serwis WWW Investor Relations (IR), a także analiza serwisów online spółek występujących na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych wchodzących w skład 20 największych spółek – WIG20 jako źródła informacji o spółce dla obecnych i potencjalnych inwestorów.

Przeprowadzone badania wskazują, że większość badanych spółek wchodzących w skład WIG20 i notowanych na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych posiadała strony internetowe przygotowane w dobry sposób i zgodny z wymogami GPW. Jest to istotne z punktu widzenia działalności spółki i właściwego przekazywania informacji o spółce, gdyż w ciągu ostatnich kilku lat Internet rozwija się bardzo szybko, pojawiają się nowe technologie, nowe funkcjonalności, dzięki którym spółka może spokojnie funkcjonować na nowoczesnym rynku.

Wszystkie badane spółki zadbały, aby na ich stronach WWW poświęconych IR były podstawowe informacje w formie wykresu lub innej o składzie akcjonariatu, Zarządzie i Radzie Nadzorczej. W tworzeniu działu IR najważniejszą kwestią dla wszystkich spółek jest dostarczenie informacji finansowych oraz realistyczne i obiektywne przedstawienie strategii spółki, wizji, planów i możliwości. W dziale tym nie ma ograniczeń wyłącznie do faktów i danych liczbowych, ale są też w szerokim kontekście analizy ekonomiczne, finansowe, polityczne i społeczne dzięki umieszczaniu raportów i rekomendacji analityków.

Niewielka część spółek wykorzystuje wszystkie możliwości, jakie daje im Internet jako nowoczesny instrument marketingowy. Nie umieszczają elementów interaktywnych, tj. FAQ, newslettera i nie dbają o przesyłanie informacji na bieżąco. Nie buduje to pozytywnych relacji między spółką a inwestorami. Brak na stronach serwisów z aktualnymi notowaniami, bieżących i okresowych raportów, wyników finansowych, jak i dostępu do archiwalnych danych może wpływać niekorzystnie na kreowanie przez spółkę swego wizerunku.

Strona internetowa ma wiele zalet w porównaniu z materiałami drukowanymi, dlatego powinna ona być ciągle aktualizowana i zawierać dane kontaktowe do osoby odpowiedzialnej za Investor Relations, a nawigacja strony powinna być łatwa. Wszystkie spółki tworząc swoje strony WWW zadbały o dobry wygląd graficzny, dane teleadresowe (telefon, e-mail) przynajmniej do jednej osoby z działu IR, co na pewno nie pozostaje bez echa wśród inwestorów.

Spółki wchodzące w skład indeksu WIG20 konkurując na współczesnym rynku kapitałowym o inwestorów powinny priorytetowo traktować nowoczesne kanały komunikacyjne, a także wykorzystać nowatorskie pomysły, aby poprawić swój wizerunek wśród otoczenia inwestorskiego. Narzędzia Investor Relations

takie jak konferencje inwestorskie, roadshows, sesje robocze, transmisje internetowe, umożliwiają prowadzenie całokształtu działań komunikacyjnych ze wszystkimi uczestnikami rynku kapitałowego.

Ze stron WWW często korzystają inwestorzy indywidualni, którzy poszukują tam aktualnych, rzetelnych i skondensowanych informacji o spółce, dlatego strona poświęcona IR powinna być uzupełniana na bieżąco. Efektywne wykorzystanie funkcji relacji inwestorskich nie powinno ograniczać się do pasywnego przekazywania informacji. Zawartość serwisu należy dostosować do potrzeb akcjonariuszy, układ danych zaprezentowany na stronie WWW powinien być przejrzysty, informacje jednoznaczne i na bieżąco aktualizowane.

Wykorzystanie Internetu przez spółkę pozwala na zrozumienie wielu istotnych aspektów na temat prowadzonego biznesu, wspomaga ukształtowanie wizerunku wśród akcjonariuszy, a co najważniejsze – sygnalizuje otwartość na innowacje oraz elastyczność, która pomaga dostosować się do zmiennego i nowoczesnego otoczenia.

LITERATURA

A Practical Guide to Investor relations, LSE, London 2000.

Bednarek-Michalska B., *Oceń jakość informacji elektronicznej*, biblioteka.oeiizk.waw.pl

Drażba-Derdej G., *Investor relations – giełdowa komunikacja*, www.opoka.org.pl

Krug A., *Relacje inwestorskie online jako narzędzie tworzenia wizerunku spółek giełdowych.*: www.piri.pl

Niedziółka D.A., *Relacje inwestorskie*, PWN, Warszawa 2008.

naszmodel.gpw.pl

www.smi.pl

www.nbs.pl

pl.wikipedia.org

www.niri.org

www.investorwords.com

media2.pl

Streszczenie

Celem artykułu było wskazanie co powinien zawierać (według wskazań Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie) idealny serwis WWW Investor Relations, a także analiza serwisów online spółek występujących na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych wchodzących w skład 20 największych spółek – WIG20 jako źródła informacji o spółce dla aktualnych i potencjalnych inwestorów. Z analizy stron Investor relations wynika, że większość spółek stosuje się do zaleceń GPW znajdujących się na stronie naszmodel.gpw.pl. Większość spółek dobrze informuje swoich, jak i potencjalnych inwestorów o działalności spółki. Nie są to jednak modelowe serwisy internetowe Investor Relations. Wykorzystanie Internetu przez spółkę daje możliwość zrozumienia wielu istotnych aspektów prowadzonego biznesu, wspomaga kształtowanie wizerunku spółki wśród akcjonariuszy, może również w istotny sposób przyczyniać się do zwiększenia zainteresowania spółką.

**Investor Relations Services as a source of information about the company
at the example of selected WIG20 companies***Summary*

The article's aim was to identify what perfect website Investor Relations (IR) should include (as indicated by the Stock Exchange in Warsaw – Warsaw Stock Exchange), and analysis of online services companies appearing on the Warsaw Stock Exchange included in the 20 largest companies – WIG20 as a source of information of the company for current and potential investors. From an analysis of the Investor relations site one can notice that most companies conform to the recommendations of the WSE placed on the naszmodel.gpw.pl site. Most companies well inform their and potential investors about the company's operations. But these are not model Investor Relations websites. Internet usage by the company gives you the ability to understand many important aspects of the business, helps to shape the image of company among the shareholders, may also significantly contribute to increased interest in the company.