

## NARODOWI CZEMPIONI NIE CHCĄ, ABY PRZYSZŁOŚĆ ICH ZASKOCZYŁA

---

Podczas Kongresu 590 przedstawiciele narodowych czempionów - PKN Orlen i KGHM Polska Miedź dyskutowali o wyzwaniach przyszłości oraz sposobach na przekucie wyzwań w wartość dla spółek.

„Takie firmy jak nasze, działające na globalnych rynkach, działają na dużym poziomie niepewności. Jedyne co możemy zrobić to dobrze się przygotować, aby przyszłość nas nie zaskoczyła” - uważa Patrycja Klarecka, członek zarządu PKN Orlen ds. sprzedaży detalicznej.

W praktyce oznacza to działania związane z optymalizacją kosztów, czy inwestowaniem w te obszary, w których uzyskiwać będzie można przewagę. „Przykładem jest tutaj petrochemia, na którą zamierzamy przeznaczyć około 8 miliardów złotych” - wyjaśniała przedstawicielka PKN Orlen podczas Kongresu 590.

„W tej dużej niepewności bardzo ważny jest zespół” - kontynuowała Patrycja Klarecka. Dodała, że żaden lider nie ma monopolu na wiedzę, zaś rozwiązania rozmaitych wyzwań są najczęściej efektem pracy zespołowej.

Patrycja Klarecka skomentowała także sytuację na światowych rynkach ropy. „Orlen jest firmą narażoną na międzynarodową ekspozycję” - mówiła. Wynika to z faktu, że Polska nie posiada właściwie zasobów ropy, co oznacza, że sprowadzamy prawie większość surowca z zagranicy - będąc niejako uzależnionymi od sytuacji międzynarodowej, która przekłada się na jego ceny. „Bardzo mocno dywersyfikujemy dostawy, w tej chwili ponad 50% pochodzi z innego kierunku niż rosyjski. To pozwala m.in. stabilizować ceny, dzięki czemu rozwija się cała gospodarka”.

„Kolejnym aspektem naszego myślenia o przyszłości jest fuzja z Lotosem. Pozwoli nam to konkurować na rynkach globalnych” - podsumowała.

Prezes KGHM, Marcin Chludziński, rozpoczął swoje wystąpienie podczas Kongresu 590 od przypomnienia ułożonego przez siebie powiedzenia, które jego zdaniem znakomicie oddaje specyfikę dzisiejszych czasów: „Tylko zmienność jest niezmienna”. Zwrócił uwagę, że w ostatnich latach historia bardzo mocno przyspieszyła przez takie wydarzenia jak Brexit, wojny handlowe USA i Chin, czy ogólną niestabilność geopolityczną. To w naturalny sposób wpływa na sytuację tak dużych przedsiębiorstw, jak KGHM: „Cena po której sprzedajemy nasze produkty nie zależy od nas, ale od otoczenia makroekonomicznego”.

W opinii Marcina Chludzińskiego w tej sytuacji bardzo istotnym jest właściwe zidentyfikowanie tych czynników, na które ma się wpływ i pracowanie nad nimi. Jest to między innymi obszar efektywności. „My z tą zmiennością oraz wydarzeniami zarówno makroekonomicznymi, jak i geopolitycznymi dajemy sobie radę, bo pracujemy nad tym co mamy - tj. produkujemy więcej, produkujemy taniej - staramy się konkurować jakością i kosztami” .