

07 stycznia 2014 r.

Strategia PKN na lata 2014 – 2020

WIZJA:

PKN nowoczesną jednostką organizacyjną o osobowości prawnej, opartą na wiedzy, znaną powszechnie i cenioną w Polsce i na świecie, niezależną i otwartą na potrzeby rynku i administracji publicznej, zaspokajającą potrzeby użytkowników i świadcząca usługi o wysokiej jakości i w wymaganym czasie.

MISJA:

Sprawnie organizować działalność normalizacyjną zgodnie z rozwiązaniami europejskimi i międzynarodowymi, wypracowanymi przy aktywnym współudziale krajowych ekspertów, wspierającą krajową politykę techniczną, w celu ułatwienia wymiany handlowej, zapewnienia konkurencyjności polskim producentom; dostarczać wszystkim zainteresowanym produkty normalizacyjne o wysokiej jakości, w uzgodnionych terminach, odpowiadające wymaganiom rynku.

Na okres 2014 -2020 ustala się następujące cele strategiczne PKN:

- A.** umacnianie pozycji PKN jako organizacji koordynującej i promującej system normalizacji dobrowolnej w Polsce; obiektywnego i sprawnego organizatora prac normalizacyjnych, świadczącego usługi wysokiej jakości na rzecz polskiej gospodarki i społeczeństwa
- B.** potwierdzenie prawne statusu organizacji niezależnej od jakichkolwiek wpływów i autonomicznej
- C.** aktywne współuczestnictwo w działalności międzynarodowych i regionalnych organizacji normalizacyjnych
- D.** stworzenie podstaw organizacji wirtualnej

Cele strategiczne będą osiągnane przez realizację m. in następujących zadań z zachowaniem zasad efektywności działania instytucji:

1. Zmianę statusu prawnego PKN

przez:

- a) inspirowanie środowisk zainteresowanych normalizacją, w tym administracji rządowej, do akceptacji PKN jako instytucji w pełni niezależnej i płynących z tego korzyści dla gospodarki narodowej

2. Promocję korzyści z normalizacji i inspirowanie środowisk do udziału w pracach normalizacyjnych

przez:

- a) działania zwiększające świadomość potencjalnych zainteresowanych np. organizowanie spotkań informacyjnych, udział przedstawicieli PKN w konferencjach, seminariach itp. organizowanych przez podmioty zewnętrzne,
- b) działania wzmacniające świadomość z korzyści stosowania PN
- c) organizowanie szkoleń i regularnych spotkań z potencjalnymi zainteresowanymi oraz obecnymi i nowymi reprezentantami Organów Technicznych PKN (OT)
- d) zaangażowanie członków OT w działania promocyjne PKN (promowanie poprzez konkretne przykłady, tzw. *success stories*)
- e) działania zwiększające świadomość konsultantów odnośnie do ich roli w pozyskiwaniu nowych interesariuszy (np. stworzenie katalogu dobrych praktyk)
- f) uproszczenie obecnych procedur związanych z uczestnictwem w pracach normalizacyjnych
- g) przygotowanie i publikowanie materiałów informacyjno-promocyjnych, w tym artykułów płatnych
- h) aktywne poszukiwanie nowych form i środków promocji
- i) organizowanie prelekcji dla MŚP
- j) aktywny udział PKN w inicjatywach gospodarczych i społecznych

3. Budowanie pozytywnego wizerunku PKN wśród klientów (w tym promocji Znaku PN)

przez:

- a) wykorzystanie istniejących narzędzi do sprawnej komunikacji z klientami
- b) budowanie pro-aktywnego podejścia do klientów wśród pracowników PKN
- c) programy promocyjne dla klientów PKN

4. Udział w pracach międzynarodowych i europejskich organizacji normalizacyjnych

przez:

- a) aktywny udział w organach zarządzających lub ich grupach doradczych CEN, CENELEC, ISO, IEC w celu kształtowania polityki normalizacyjnej
- b) prowadzenie aktywnej współpracy dwustronnej z jednostkami normalizacyjnymi służącej wypracowaniu wspólnych stanowisk, ustalanie strategii działań na szczeblu międzynarodowym i europejskim, wymianie doświadczeń
- c) pro-aktywne podejście do pozyskiwania zainteresowanych udziałem w pracach organów technicznych obejmującego również prowadzenie sekretariatów, przewodniczenie komitetom i grupom roboczym
- d) szerzenie świadomości i zalet wynikających z aktywnego udziału w pracach normalizacyjnych na wszystkich szczeblach (międzynarodowym, europejskim i krajowym) ze szczególnym uwzględnieniem MŚP

5. Ochrona praw autorskich PKN

przez:

- a) stałe monitorowanie i reagowanie na przypadki naruszeń praw autorskich PKN, w tym ISO, IEC, CEN, CENELEC
- b) działania uświadamiające w zakresie ochrony znaków towarowych PKN
- c) zastrzeżenie znaków towarowych PKN w UP

6. Ugruntowanie pozycji Znak Zgodności z Polską Normą

przez:

- a) działania zwiększające świadomość konsumentów i producentów
- b) prowadzenie spotkań ze studentami u progu kariery zawodowej
- c) działania zachęcające różne środowiska (federacje, stowarzyszenia etc.) do współpracy z PKN w zakresie prowadzenia lub uczestniczenia w procesie certyfikacji na Znak PN

7. Realizacja „Strategii PKN dotyczącej edukacji normalizacyjnej”

8. Przygotowanie nowych produktów i usług normalizacyjnych

przez:

- a) ułatwienie dostępu do produktów i usług normalizacyjnych

9. Realizacja „Strategii informatyzacji PKN na lata 2014 – 2018”.

10. Dbanie o wizerunek dobrego pracodawcy

przez:

- a) Poprawę warunków wynagradzania pracowników PKN
- b) Zapewnienie możliwości rozwoju zawodowego pracownikom

11. Doskonalenie organizacji pracy i narzędzi zarządzania organizacją, w tym wdrożenie nowoczesnych narzędzi zarządzania kadrami

przez:

- a) opracowanie modeli kompetencji, nowych opisów stanowisk oraz ścieżek rozwoju zawodowego pracowników PKN
- b) stworzenie systemu zapewniającego podnoszenie kultury pracy, inwestowanie w rozwój zawodowy wszystkich pracowników, w tym opracowanie jasnych kryteriów awansu

12. Wprowadzenie systemu pracy zdalnej dla członków OT i pracowników PKN

przez:

- a) opracowanie podstaw formalno-prawnych systemu

13. Rozbudowa bazy szkoleniowej

14. Wzrost wartości PKN

przez:

- a) wzrost nakładów na inwestycje, szkolenia i budowę wizerunku PKN

15. Efektywne wykorzystanie zasobów

przez:

- a) zwiększanie przychodów PKN i zmniejszanie liczby etatów