



# strategie innowacji

DORADZTWO  
WARSZTATY  
COACHING



KAPITAŁ LUDZKI  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



Pracodawcy  
Pomorza i Kujaw

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



## O PROJEKCIE

„Strategie innowacji” to projekt realizowany przez Pracodawców Pomorza i Kujaw – organizację społeczną wspierającą rozwój innowacyjny firm. Ze wsparcia skorzystało tu sześciu przedsiębiorców z sektora mikro, małych i średnich (MMŚP) z województwa kujawsko-pomorskiego działających w różnych branżach. Łącznie 51 pracowników tych firm wzięło udział w szkoleniach oraz spotkaniach doradczych i coachingowych związanych z opracowaniem i wdrożeniem strategii rozwoju innowacyjnego.

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| DOMIK Sp. z o.o.            | przetwórstwo tworzyw sztucznych i powiązana z nim produkcja narzędzi |
| GOBZIN Sp. z o.o.           | ochrona zdrowia  |
| KANTATA Software Sp. z o.o. | technologie informacyjne   |
| PRILA Sp. z o.o.            | przetwórstwo rolno-spożywcze   |
| „CAMSAT” Gralak Przemysław  | produkcja elektroniczna  |
| Passio Sp. z o.o.           | produkcja elektromechaniczna   |

Projekt „Strategie innowacji” realizowany jest w ramach Poddziałania 2.1.2. „Partnerstwo dla zwiększania adaptacyjności” Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki na lata 2007-2013. Zakłada wzmocnienie zdolności adaptacyjnych przedsiębiorców i ich kadry do wprowadzania zmian gospodarczych poprzez opracowanie, wdrożenie i upowszechnienie strategii innowacyjnych we współpracy z partnerem społecznym – Pracodawcami Pomorza i Kujaw.

---

W projekcie wzięli udział przedsiębiorcy z różnych sektorów gospodarki, które mają szczególne znaczenie dla wzrostu innowacyjności regionu kujawsko-pomorskiego. Okazuje się, że niezależnie od reprezentowanej branży, problemem rozwojowym MMŚP z naszego regionu jest niski poziom wprowadzania zmian i innowacji. Nowe przedsięwzięcia zaledwie 18 % podmiotów gospodarczych funkcjonujących w regionie. Tylko nieliczne z nich opracowują strategie rozwoju ukierunkowane na rozwój innowacyjny. Głównymi przyczynami takiej sytuacji są ograniczenia finansowe oraz niewystarczające kompetencje kadry.

Organizacja Pracodawcy Pomorza i Kujaw, jako partner społeczny doświadczony we wspieraniu rozwoju firm, wdrożyła w ramach projektu nowy model planowania rozwoju innowacyjnego przedsiębiorstw. Wykorzystała tu kompleksowe wsparcie zawierające pogłębioną analizę potrzeb, warsztaty strategiczne, doradztwo i coaching dla kadry menedżerskiej.

Publikacja prezentuje model wsparcia wypracowany przez Pracodawców Pomorza i Kujaw wspólnie z odbiorcami projektu. Zawiera informacje o dobrych praktykach wynikających ze współpracy z partnerem społecznym oraz zaangażowania do przygotowania strategii różnych przedstawicieli zespołu pracowniczego, w tym kobiet. W folderze przedstawione są istotne rekomendacje dla firm planujących opracowywanie strategii rozwoju.

---

Diagnozą barier kompetencyjnych w zakresie wprowadzania zmian objęto 25 pracowników na stanowiskach kierowniczych z 6 MMŚP, w tym 13 kobiet. W warsztatach i doradztwie strategicznym wzięło udział 51 osób z 6 MMŚP, w tym 19 kobiet.

**Wartość udzielonego wsparcia  
szkoleniowo-doradczego  
dla jednego przedsiębiorcy:  
20 000,00 zł.**

# REKOMENDACJE DO OPRACOWYWANIA STRATEGII, CZYLI DLACZEGO WARTO PLANOWAĆ ROZWÓJ RAZEM Z PRACOWNIKAMI?

Strategia często kojarzy się przedsiębiorcom ze sformalizowanymi procesami planowania, czasochłonnością, dodatkowymi kosztami, koniecznością wprowadzania kontroli czy wdrażaniem kosztownych rozwiązań IT pozwalających na zbieranie i przetwarzanie danych niezbędnych do skutecznego podejmowania decyzji. Takie wyobrażenia sprawiają, że zajmowanie się strategią wykracza poza możliwości i umiejętności osób zarządzających MMŚP. Powyższe skojarzenia prowadzą do traktowania strategii jako zagadnienia zbędnego w ich funkcjonowaniu. Dlatego wiele firm z sektora MMŚP nie podejmuje prób jej formułowania i wdrażania.

Ważniejsze i łatwiejsze dla przedsiębiorców jest skupienie się na bieżących działaniach operacyjnych i osiąganiu zysków „tu i teraz” niż planowanie swojego rozwoju i wzmocnienie pozycji konkurencyjnej na rynku.

Projekt „Strategie innowacji” wskazuje, iż firmy potrafią zmienić swoje podejście do rozwoju. Opracowanie strategii innowacji, poprzedzone wcześniejszą pogłębioną analizą potrzeb, było wyjątkową okazją dla osób zarządzających do zastanowienia się nad prawidłowością kierunku, w którym zmierza dana firma.

Prace nad strategią wymagały zaangażowania chyba najcenniejszego zasobu osób zarządzających firmami – ich czasu. Ale jak później wszystkie te osoby podkreślały: „warto było to zrobić”.

Każda firma uczestnicząca w projekcie funkcjonuje w innej branży, boryka się z innymi trudnościami, posiada różną strukturę organizacyjną, różne procesy technologiczne. Jednak w każdym przypadku opracowanie i spisanie strategii odbierane jest jako ważny krok w kierunku dalszego rozwoju innowacyjnego.

Opracowanie strategii rozwoju, ale też sama praca nad strategią, w każdym przypadku: pozwoliły uporządkować i usystematyzować różne działania długo- i krótkookresowe. Wpłynęła na poprawę komunikacji wewnątrz firmy. Warsztaty strategiczne, ale też rozmowy indywidualne były okazją do poszerzenia kręgu osób mogących wyrażać swoje opinie i spostrzeżenia związane z funkcjonowaniem danej organizacji. Ponadto działania te umożliwiły identyfikację procesów i obszarów „marnotrawstwa” w firmie. W wielu przypadkach oznaczało to określenie miejsc, w których tracone są zasoby firmy, ale też odkrywane były obszary potencjalnie niewykorzystanych szans. Poprawiał się też proces decyzyjny w firmach. Wcześniej był on albo zbyt rozproszony i mało skoordynowany, albo przeciwnie – zbyt skoncentrowany w jednym miejscu i zamknięty na wsparcie zewnętrzne. Wspólna praca nad strategią pozwoliła na poszerzenie grona osób zaangażowanych w dostarczanie informacji niezbędnych do podejmowania lepszych decyzji strategicznych.

Praca nad strategią odbierana była przez kierownictwo firm jako „generalne porządki”, usuwające zbędne rzeczy (niekiedy blokujące zasoby w firmie) i robienie miejsca na nowe inicjatywy, procesy i możliwości.

Jak wynika z doświadczeń projektu „Strategie innowacji”, formułowania i wdrażania strategii nie należy traktować jako koszt, który jest do poniesienia, lecz jako najbardziej dostępną i najbardziej zyskowną inwestycję w przyszłość organizacji.

*Robert Olender doradca w projekcie „Strategie innowacji”*

# MODEL NOWEGO ROZWIĄZANIA W ZAKRESIE PLANOWANIA ROZWOJU PRZEDSIĘBIORSTWA

Wypracowany w ramach projektu  
model planowania rozwoju przedsiębiorstwa  
zakłada realizację dwóch etapów:

## I ETAP

### WARSZTATY I DORADZTWO STRATEGICZNE

#### 1. Pogłębiona analiza potrzeb:

- doradztwo w zakresie zdiagnozowania barier kompetencyjnych w obszarze wprowadzania zmian i określania strategii innowacji w wymiarze 6 godzin,
- diagnoza oparta o ankiety i rozmowy z doradcą - na jej podstawie powstaje raport dla przedsiębiorcy zawierający rekomendacje dalszych działań w zakresie opracowywania strategii innowacji.

#### 2. Cykl warsztatów i doradztwa strategicznego:

Warsztaty strategiczne w wymiarze 24 godzin, które służą:

- analizie aktualnego potencjału firmy, identyfikacji szans i zagrożeń rynkowych,
- opracowaniu misji/wizji oraz celów strategicznych i operacyjnych,
- przyporządkowaniu wskaźników do określonych celów.

Warsztatom towarzyszą usługi doradcze w wymiarze 60 godzin, które wspierają identyfikację strategii innowacyjnej.

Przedsiębiorcy uczestniczący w projekcie z udziałem swojej kadry i doradcy zewnętrznego zidentyfikowali możliwe do wprowadzenia innowacje pomocne w budowaniu przewagi konkurencyjnej na rynku, uwzględniając branżę w której działają. Efektem zrealizowanego wsparcia jest opracowanie we współpracy z doradcą strategii rozwoju innowacyjnego.

Opracowane strategie innowacji określają cele strategiczne, które koncentrują się na następujących aspektach:

- zmiany w organizacji procesów i ich optymalizacja,
- inwestowanie w rozwój pracowników,
- zaangażowanie do planowania rozwoju firmy wszystkich pracowników,
- rozwój zasięgu terytorialnego działalności,
- wprowadzanie na rynek nowych produktów i udoskonalenie istniejących,
- budowanie marki lidera branży,
- rozpoznanie i spełnianie oczekiwań klientów,
- zdobywanie klientów na nowych rynkach,
- nowe metody pozyskiwania znaczących klientów,
- zdobycie pozycji innowacyjnego dostawcy rozwiązań,
- wzrost efektywności operacyjnej.

## II ETAP

### WDROŻENIE OPRACOWANYCH STRATEGII INNOWACJI

W ramach procesu wdrożenia kadra zarządzająca objęta zostaje usługami doradczymi w formie coachingu w wymiarze 10 godzin. Podczas spotkań z doradcą omówione zostają efektywne metody i narzędzia sprzyjające osiągnięciu celów strategicznych i operacyjnych. Coaching strategiczny uświadamia menadżerom konieczność ciągłego weryfikowania miar powodzenia realizowanej strategii innowacyjnej i podejmowania działań korygujących w razie występowania odchyłeń. Pozwala również na utrwalenie metod indywidualnej pracy, dającej ocenę poziomowi zaawansowania poszczególnych procesów firmy wpływających na realizację strategii innowacji.

Przedsiębiorcy, którzy zakończyli w projekcie udział w warsztatach i doradztwie strategicznym zadeklarowali wdrożenie opracowanych strategii. Potwierdzone to zostało poprzez pisemne decyzje ich organów zarządczych. Kadra kierownicza rozpoczęła wdrażanie strategii w ramach coachingu.





„CAMSAT” Gralak Przemysław  
ul. Ogrodowa 20  
86-050 Solec Kujawski  
www.camsat.com.pl

## BRANŻA: ELEKTRONICZNA

Przedsiębiorstwo „CAMSAT” Gralak Przemysław specjalizuje się w produkcji bezprzewodowych systemów transmisji audio/video i teletetrii. Systemy te mają szerokie zastosowanie w realizacji profesjonalnych transmisji telewizyjnych, przesyłaniu danych oraz zdalnym sterowaniu kamerami i urządzeniami rejestrującymi. Umożliwiają też budowę bezprzewodowych systemów monitoringu wizyjnego.

CAMSAT jest jedną z wiodących firm działających w branży połączeń bezprzewodowych. Firma osiągnęła ugruntowaną pozycję, zarówno na rynku krajowym, jak i na wielu rynkach Europy i świata. Charakteryzuje się dużym potencjałem projektowym. Działania rozwojowe skupiają się na ciągłym rozszerzeniu oferty i udoskonaleniu już istniejących produktów.

Przed przystąpieniem do projektu firma nie posiadała opracowanej strategii rozwoju innowacyjnego. Do tej pory planowała swój rozwój z wykorzystaniem własnych metod. Dzięki udziałowi w projekcie włączyła w opracowywanie planu dalszego rozwoju kadre kierowniczą, jak i pozostałych pracowników (we wsparciu uczestniczyło 11 osób, w tym 5 kobiet). Cały zespół uczestniczył w warsztatach strategicznych i usługach doradczych, w których wyniku powstała strategia rozwoju innowacyjnego określająca cele strategiczne firmy na najbliższy okres i plan ich wdrożenia. Za kluczowe działanie w najbliższym okresie firma określiła budowanie marki lidera branży.

„Przebieg realizacji projektu spełniał nasze wszystkie oczekiwania. Kolejne etapy stworzyły spójny program, krok po kroku prowadzący do celu. Wszystkie przeprowadzone działania wynikały z potrzeb przedsiębiorstwa. Zakończyliśmy realizację projektu z gotową, kompleksową strategią rozwoju firmy. W jej opracowaniu brali udział wszyscy pracownicy. Chcieliśmy jak najszerzej spojrzeć na działalność i rozwój firmy. Każdy z pracowników wносił konkretne informacje ze swojego stanowiska pracy. W naszej firmie kobiety miały bardzo aktywny udział w opracowaniu strategii, co jest rzadko spotykane w firmie o charakterze czysto technicznym. Dzięki szerokiej wiedzy żeńskiej części zespołu połączyliśmy pomysły oraz spostrzeżenia działów serwisu i produkcji z działami sprzedaży i marketingu, co zaowocowało kompleksowymi rozwiązaniami w zakresie opracowania strategii.

Najważniejszymi korzyściami udziału w projekcie jest pozyskana wiedza na temat planowania oraz na temat instrumentów stosowanych podczas opracowywania strategii. Firma zakończyła projekt z gotowym planem działań. Dzięki strategii wiemy, że przejdziemy przez najbliższy okres dużo spokojniej. Ponadto wartością dodaną jest zintegrowanie zespołu i pobudzenie jego aktywności oraz jasny przekaz, iż każdy z nich ma wpływ na rozwój przedsiębiorstwa. Opracowanie strategii pozwala na uporządkowanie działań opartych na decyzjach wynikających z rzetelnej oceny potencjału firmy oraz warunków rynkowych, w jakich przyszło jej funkcjonować. Takie podejście do planowania jest gwarancją harmonijnego rozwoju przedsiębiorstwa.”

*Agnieszka Gralak współwłaścicielka „CAMSAT” Gralak Przemysław.*



pracownicy firmy Camsat





DOMIK Sp. z o.o.  
ul. Fordońska 421  
85-792 Bydgoszcz  
www.domik.com.pl

## BRANŻA: PRZETWÓRSTWO TWORZYW SZTUCZNYCH

Domik Sp. z o.o. jest przedsiębiorstwem produkującym akcesoria kuchenne z tworzyw sztucznych sterowane ręcznie. Wyroby spółki są dystrybuowane na terenie całej Polski i eksportowane do kilku krajów europejskich. Artykuły gospodarstwa domowego DOMIK łączą w sobie funkcjonalność z estetyką wykonania. Produkty firmy powstają w nowoczesnie wyposażonym zakładzie posiadającym własną narzędziownię z biurem konstrukcyjnym, tłocznią i wtryskownią. Poza produkcją sprzętu AGD, Domik jest również kwalifikowanym dostawcą dla motoryzacji i producentem form wtryskowych. Dzięki wieloletniemu doświadczeniu oraz fachowej wiedzy i umiejętnościom swoich pracowników, zapewnia wysoki poziom wykonania produktów, cechujących się trwałością, funkcjonalnością i estetycznym wykonaniem.

Firma posiadała strategię rozwoju przed przystąpieniem do projektu. Nigdy nie była ona jednak opracowywana według modelu planowania założonego w projekcie, a na etapie jej tworzenia nie była konsultowana z pracownikami. Do udziału w działaniach szkoleniowo-doradczych firma zaangażowała zarówno najwyższe kierownictwo (prezes zarządu, główny księgowy, kierownik zaopatrzenia, wiceprezesi), jak i innych pracowników firmy. Łącznie w pracach uczestniczyło 18 osób, w tym 5 kobiet. Efektem ich wspólnych działań jest strategia rozwoju innowacyjnego zawierająca cele strategiczne firmy i plan działań zmierzających do ich osiągnięcia. Firma uznała jako najistotniejsze na najbliższy czas zoptymalizowanie procesów i rozwój produktów.

Do udziału w projekcie „Strategie innowacji” zaangażowani byli: zarząd, brygadziści, kierownicy działów oraz wydelegowani pracownicy. Dzięki osobie prowadzącego ustaliliśmy bariery, które utrudniały nam efektywną pracę. Pracowaliśmy nad usprawnieniem komunikacji wewnętrznej i integracją pracowników oraz synchronizacją procesów między działami. Doradca wypracował z nami nowe strategie działania i sposoby radzenia sobie z problemami. Uświadomił nam rolę współpracy oraz skutecznie łagodził napięcia powstające w czasie dyskusji. Projekt „Strategie innowacji” pomógł nam rozwiązać istniejące konflikty oraz wzbogacił o kreatywne metody działania i lepiej przygotował do pracy zespołowej.

*Mirosław Ślachciak prezes zarządu DOMIK Sp. z o.o.*



Prila Sp. zo.o.  
ul. Św. Marcina 13  
89-200 Szubin  
www.prila.pl

## BRANŻA: PRZETWÓRSTWO ROLNO-SPOŻYWCZE

Prila Sp. z o.o. to firma rodzinna. Jej działalność polega na wytwarzaniu najwyższej jakości przetworów owocowych dla odbiorców gastronomicznych, służących do zaspokojenia potrzeb i gustów kulinarnych ich klientów. Firma produkuje dżemy i miody z przeznaczeniem dla firm cateringowych, hoteli, stołówek jak również dla piekarni i cukierni jako nadzienie do ciast. Firma świadczy usługę private-labelingu, która obejmuje produkcję przetworów owocowych pod marką, np. sieci sklepów, bądź hurtowni.

Jest niedużą, ale elastyczną firmą, dzięki czemu może szybko dostosować się do potrzeb klientów. Charakteryzuje się natychmiastową gotowością do realizacji nietypowych zamówień w czasie szybszym niż duże firmy lub korporacje. Opracowanie strategii innowacji nastąpiło przy ścisłym udziale kierownictwa firmy i pracownicy produkcji. Jako strategiczny cel dla swojego innowacyjnego rozwoju firma uznała zdobywanie klientów na nowych rynkach.

Analizując założenia projektu „Strategie innowacji” wydawało nam się, że udział w opracowaniu strategii nie jest dla podmiotów tak małych jak nasza firma. Jednak już pierwsze zajęcia szkoleniowo-doradcze przekonały nas, że spółce PRILA potrzebny jest taki dokument. Doradztwo okazało się skuteczną formą uświadomienia nam poziomu innowacyjności istniejącego w firmie, potrzeby misji i strategicznego działania niezbędnego do jej rozwoju w dobie wysokiego poziomu nowości, rynkowego wyróżnienia się.

Opracowanie strategii firmy w zakresie innowacji pozwoli nam na podejmowanie decyzji rozwojowych w dłuższej perspektywie czasu. Dla klientów biznesowych i kluczowych firmy przedstawienie takiego dokumentu wiąże się ze zwiększeniem naszego poziomu wiarygodności i nowoczesności. Liczymy, że ciągła aktualizacja strategii innowacji pozwoli nam pozyskać nowe rynki zbytu poprzez udział w internacjonalizacji naszych produktów spożywczych.

*Paweł Rutkiewicz prokurent spółki Prila*





KANTATA Software Sp. z o.o.  
ul. Żmudzka 60  
85-028 Bydgoszcz  
www.kantata.pl

## BRANŻA: IT

Firma Kantata Software Sp. z o.o. oferuje rozwiązania oparte na zintegrowanych systemach informatycznych. Poleca i wdraża systemy komputerowe dopasowane do indywidualnych potrzeb klienta. Od 10 lat misją firmy jest nadzór i utrzymanie w ruchu systemów informatycznych oraz integracja oprogramowania wspomagającego zarządzanie przedsiębiorstwem we wszelkich dziedzinach jego aktywności. Wieloletnie doświadczenie konsultantów firmy w branży informatycznej przyczynia się do niezawodnego i bezpiecznego funkcjonowania kompleksowych, nowoczesnych rozwiązań informatycznych w przedsiębiorstwach.

Przed przystąpieniem do udziału w projekcie kadra zarządzająca, jak i pracownicy zgodnie potwierdzali, iż strategia funkcjonująca w firmie nie była weryfikowana w ciągu ostatniego roku. Do uczestnictwa w działaniach szkoleniowo-doradczych w celu opracowania strategii rozwoju spółka zaangażowała głównie kadre zarządzającą i kierowniczą (prezes, prokurent, kierownik projektu i zastępca dyrektora ds. sprzedaży), wśród której znajdują się dwie kobiety. W wyniku 100 godzin wspólnych prac powstał dokument wskazujący najważniejsze cele strategiczne dla rozwoju innowacyjnego firmy i plan ich wdrożenia. Za kluczowe działanie dla rozwoju innowacyjnego firma uznała wprowadzenie nowych metod pozyskiwania znaczących klientów.

*W wyniku podjętych działań praktycznych projekt „Strategie innowacji” okazał się bardziej czytelny dla spółki i użyteczny. Uporządkowaliśmy nasze cele, potrzeby oraz wizję rozwoju firmy. Jasno określiliśmy długookresową strategię naszych innowacyjnych przedsięwzięć na tle najbardziej rozwijającej się branży na świecie. Czujemy, że powstały dokument może przyczynić się do identyfikacji kolejnych pomysłów na rozwój naszej firmy, a dla pracowników stanie się pomocnym narzędziem do rozmów biznesowych z klientami.*

*Jacek Regiec prezes zarządu KANTATA Software*



GOBZIN Sp. z o.o.  
ul. gen. J. Hallera 2C  
85-795 Bydgoszcz  
www.gobzin.pl

## BRANŻA: OCHRONA ZDROWIA

Gobzin Sp. z o.o. oferuje badania laboratoryjne realizowane w zakresie weterynarii, zarówno dla zwierząt domowych, jak i gospodarskich. Działalność w obszarze prowadzenia laboratorium realizowana jest pod marką Polskich Laboratoriów Weterynaryjnych vetlab na zasadzie użyczenia znaku handlowego. Ofertę spółki wyróżnia pełno profilowa oferta badań laboratoryjnych zwierząt, zarówno w obszarze analityki ogólnej, mikrobiologii, histopatologii, hematologii, immunologii, serologii, diagnostyki molekularnej czynników zakaźnych (PCR), diagnostyki chorób genetycznych czy biochemii.

Przed rozpoczęciem udziału w projekcie firma nie posiadała spisanej strategii rozwoju, a plany rozwojowe funkcjonowały w formie ustnej. Nie stosowała również do tej pory modelu planowania rozwoju zaproponowanego w ramach projektu. W procesie tworzenia strategii rozwoju innowacyjnego firmy uczestniczyła zarówno kadra zarządzająca (prezes, wiceprezes, główna księgowa, kierownik laboratorium i zastępca kierownika laboratorium) oraz pozostali pracownicy firmy. Łącznie w zespole opracowującym strategię znalazło się 9 osób, w tym 3 kobiety. W wyniku prac trwających prawie cztery miesiące powstała strategia rozwoju wskazująca cele priorytetowe dla rozwoju innowacyjnego firmy. Wśród nich firma wskazała zdobycie pozycji lidera branży w regionie.

*Udział w projekcie „Strategie innowacji” dał nam nowe spojrzenie na istniejące w firmie procedury. Pozwolił na uporządkowanie celów i zadań oraz lepsze ich kontrolowanie. Wszystko poukładało się w logiczny ciąg, eliminując chaos zarządczy, a to przekłada się na bycie bardziej innowacyjnym i konkurencyjnym.*

*Tomasz Jaskólski i Norbert Pietrykowski udziałowcy firmy GOBZIN*



Passio Sp. z o.o.  
ul. Toruńska 155  
85-880 Bydgoszcz  
www.passio.pl

## BRANŻA: ELEKTROMECHANICZNA

Passio sp. z o.o. powstała w 2008 roku. Mimo wielu zewnętrznych przeciwności rok rocznie zwiększa swój udział w rynku. Od początku swojej działalności dostarcza komponenty klientom z branży elektrotechnicznej, elektronicznej i AGD. Skupia się na projektowaniu, produkcji części i montażu komponentów, dopasowanych do potrzeb klientów. Dostarcza elementy metalowe, elementy z tworzyw sztucznych oraz opracowuje rozwiązania specjalne.

Przed przystąpieniem do udziału w projekcie firma nie posiadała opracowanej strategii rozwoju innowacyjnego. Do tej pory nie stosowała również modelu planowania podnoszenia poziomu swojej innowacyjności zaproponowanego w projekcie. Do uczestnictwa w działaniach szkoleniowo-doradczych w celu jej opracowania zaangażowała zarówno kadrę zarządzającą, jak i pozostałych pracowników firmy, w tym dwie kobiety. W wyniku 100 godzin wspólnych prac powstał dokument wskazujący najważniejsze cele strategiczne dla rozwoju innowacyjnego firmy i plan ich wdrożenia. Wśród nich firma zaakcentowała, że chce rozwinąć standardy współpracy z kadrą, aby wzmocnić wizerunek odpowiedzialnego pracodawcy rozwijającego się poprzez kwalifikacje pracowników.

*W naszej firmie, bardzo dużą wagę przykładamy do przejrzystości w tym co robimy i współpracy z naszymi pracownikami na zasadach partnerstwa. Do pracy przy tworzeniu formalnej wersji tego, co i jak planujemy zaangażowaliśmy cały zespół, składający się z zarządu i każdego z pracowników. Dzięki wspólnej pracy z doradcą udało nam się wypracować strategię działania dla firmy Passio sp. z o.o. na najbliższe lata.*

*Gdyby nie udział w projekcie „Strategie innowacji”, praca nad dokumentem mogłaby zająć nam bardzo dużo czasu. Dzięki profesjonalnemu doradztwu, cały proces przebiegł sprawnie i bez większych komplikacji. Dowiedzieliśmy się również, że zarząd i pracownicy mają bardzo podobny pogląd na to, jak nasze mikroprzedsiębiorstwo powinno wyglądać i co powinniśmy robić, aby to osiągnąć.*

*Emil Klucz zastępca prezesa zarządu Passio*



Pracodawcy  
Pomorza i Kujaw

Biuro projektu „Strategie innowacji”  
„Pracodawcy Pomorza i Kujaw”  
Związek Pracodawców  
Ul. Mennica 6  
85-112 Bydgoszcz  
tel.52/58 59 160, fax: 52/ 58 59 161

---

Folder opracowany  
w ramach projektu „Strategie innowacji”  
realizowanego w ramach  
Poddziałania 2.1.2.  
„Partnerstwo  
dla zwiększania adaptacyjności”  
Programu Operacyjnego  
Kapitał Ludzki na lata 2007-2013

---

Nakład:1000 egzemplarzy  
Folder dystrybuowany jest bezpłatnie.