

Z AUDYTEM PRZEZ ŚWIAT!

KIERUNEK AUDYT! TAM MUSI BYĆ JAKAŚ CYWILIZACJA...



Wywiad z ...

Z Prof. Gabriele Carboni

str. 2

Okiem Audytora IT

str. 6

Przyszłość jest dzisiaj, czyli GITEX 2021!

Str. 20

WSTĘPNIAK

*Oto on! Grudniowy numer
Z audytem przez świat!*

*Mamy nadzieję, że będzie
to przyjemna lektura
podczas nadchodzącego
świątecznego czasu.
Zachęcamy do przeczytania
ciekawych i inspirujących
tekstów, jakie dla was
przygotowaliśmy.*

*Polecamy wywiad z Gabriele
Carboni wizjonerem strategii
marketingu cyfrowego
oraz artykuł Sebastiana
Burgemejster i Piotra
Welenca Przyszłość jest
dzisiaj, czyli GITEX 2021!*

*W tym numerze znajdziecie
również kolejny tekst z cyklu
Okiem audytora IT oraz wiele
innych ciekawych informacji!*

*Zapraszamy do środka!
Zaparcie kawę lub herbatę
i czytacie!*

REDAKCJA

Katarzyna Celińska
k.celinska@iia.org.pl
telefon: +48 604 171 529

Renata Zysiak
office@iia.org.pl
telefon: +48 602 455 322

Wydawca:
Instytut Audytorów
Wewnętrznych IIA Polska
ul. Świętokrzyska 20 pokój 508,
Warszawa 00-002

Projekt oraz skład:
Marcin Boguś

SPIS TREŚCI

1. Wstępniak.....	1
2. Wywiad z / Interview with.....	4
3. Dowiedzmy się co „piszczy” w Kołach IIA Polska	8
4. Okiem Audytora IT	10
5. Przyszłość jest dzisiaj, czyli GITEX 2021.....	12
6. Artykuł – Standaryzacja pracy w audycie wewnętrznym	15
7. Informacje z IIA Polska	19
8. Informacje z zagranicy	23



Niech nadchodzące Święta Bożego Narodzenia
wypełnią się magią i radością.

A ten niezwykły czas niech obdaruje nasze serca spokojem
i harmonią, a chwile spędzone z bliskimi będą okazją do rozmów,
wspólnego kolędowania i umacniania tego, co w życiu najważniejsze
i najpiękniejsze.

Moc najcudowniejszych życzeń i niepowtarzalnych chwil,
a w Nowym 2022 Roku dużo siły, zdrowia i odwagi
w realizacji planów i marzeń.

W imieniu Członków Zarządu IIA Polska oraz Komisji Certyfikacyjnej,
Komisji Rewizyjnej i Komisji Etyki.

Życzenia składa
Iwona Bogucka
Prezes IIA Polska

TeamMate+ Audyt Agile

- Szybsze ograniczanie ryzyka
- Współpraca z interesariuszami
- Skupienie na ryzyku o dużym wpływie
- Szybka reakcja na zmiany
- Dostarczaj na czas informacje
- Zbudowany z myślą o audycie



tm.wolterskluwer.com/agile

Dzisiejszy świat wymaga, aby wszystko działało się natychmiast – a działy audytu wewnętrznego coraz częściej sięgają po metody zwinne, aby dotrzymać kroku wydarzeniom. Przyjęcie przez audytorów wewnętrznego sposobu myślenia i narzędzi, okazało się skutecznym sposobem na reagowanie na szybkie zmiany przy jednoczesnym zapewnieniu wiarygodności ich organizacji.

Nasz partner TeamMate opublikował obszerny przewodnik po [kluczowych korzyściach płynących ze zwinności w audycie wewnętrznym](#). Pobierz pełny raport napisany przez Marka Williamsa, specjalistę ds. zwinności w audycie wewnętrznym, trenera i szkoleniowca.

POBIERZ RAPORT

Nasz partner, TeamMate, jako jeden z wiodących na świecie ekspertów w dziedzinie audytu wewnętrznego i rozwiązań zapewniających, doskonale zdaje sobie sprawę, że komitety audytu, kierownictwo i inni interesariusze, wymagają coraz większego stopnia zapewnienia, doradztwa i zasięgu audytu. Dowiedz się, w jaki sposób TeamMate+ Audit umożliwia audytorom wewnętrznym przekazanie lepszego wglądu, większe zapewnienie ryzyka i poprawę efektywności dzięki cyfrowym, zintegrowanym i analitycznym możliwościom.

POBIERZ BROSZURĘ

Aby uzyskać więcej informacji o tym, jak TeamMate+ może pomóc Państwa działowi audytu wewnętrznego, prosimy o kontakt z Olegiem Volokhovych, Account Manager w TeamMate, pod adresem oleg.volokhovych@wolterskluwer.com lub +420 778 752 015.

O TeamMate

Wolters Kluwer TeamMate, jest wiodącym światowym ekspertem w dziedzinie audytu, od ponad 25 lat zajmującym się wspieraniem audytorów korporacyjnych, komercyjnych oraz z sektora publicznego. TeamMate posiada ponad 3.000 klientów w ponad 150 krajach. Wśród naszych klientów znajduje się 30% firm z listy Fortune 1000, 40% firm z listy Fortune 100, 5 największych światowych firm audytorskich oraz ponad 1000 agencji sektora publicznego. Aby uzyskać więcej informacji, odwiedź tm.wolterskluwer.com i śledź nas na [LinkedIn](#), [Twitter](#), [Facebook](#) i [YouTube](#).

O Wolters Kluwer

Wolters Kluwer (WKL) jest światowym liderem w dziedzinie oprogramowania i usług dla sektora opieki zdrowotnej, podatków i rachunkowości, zarządzania, ryzyka i zgodności oraz prawa i regulacji. Pomagamy naszym klientom podejmować kluczowe decyzje każdego dnia, dostarczając rozwiązania eksperckie, które łączą głęboką wiedzę dziedzinową z technologią i usługami. Wolters Kluwer odnotował w 2020 r. roczne przychody w wysokości 4,6 mld euro. Grupa obsługuje klientów w ponad 180 krajach, prowadzi działalność w ponad 40 krajach i zatrudnia około 19 200 osób na całym świecie. Siedziba główna firmy znajduje się w Alphen aan den Rijn w Holandii.

Aby uzyskać więcej informacji, odwiedź stronę www.wolterskluwer.com, śledź nas na [Twitter](#), [Facebook](#), [LinkedIn](#), i [YouTube](#).

TeamMate+ Agile Audit

- Accelerate Risk Mitigation
- Engage with Stakeholders
- Focus on High-Impact Risks
- Respond Quickly to Change
- Deliver Timely Insights
- Purpose-Built for Audit



tm.wolterskluwer.com/agile

Today's world demands that things happen right now – and internal audit departments are increasingly embracing agile to keep up. Adopting an agile mindset and tools has proven to be an effective way for internal auditors to respond to rapid change while providing assurance for their organizations.

Our partner TeamMate has published a comprehensive guide to the [key benefits of agility in internal audit](#). Download the full report written by Mark Williams, Agility in IA Specialist, Trainer and Coach:

DOWNLOAD REPORT

As one of the world's leading internal audit and assurance expert solutions, our partner [TeamMate](#) is well aware that audit committees, management and other stakeholders demand an increasing degree of assurance, advice and audit coverage. Learn how [TeamMate+ Audit](#) enables internal auditors to deliver deeper insights, greater risk assurance, and improved efficiency through its digital, integrated, and analytical capabilities.

DOWNLOAD BROCHURE

For more information on how TeamMate+ can help your department, please contact Oleg Volokhovych, Account Manager at TeamMate, at oleg.volokhovych@wolterskluwer.com or +420 778 752 015.

About TeamMate

TeamMate, a business of Wolters Kluwer, is a leading global audit and assurance expert solution with over 25 years dedicated to advancing corporate, commercial, and public sector auditors. TeamMate has more than 3,000 customers in over 150 countries. Among our customers are 30% of Fortune 1000, 40% of Fortune 100, the top 5 Global Audit Firms, and more than 1,000 Public Sector Agencies. For more information, visit tm.wolterskluwer.com and follow us on [LinkedIn](#), [Twitter](#), [Facebook](#), and [YouTube](#).

About Wolters Kluwer

Wolters Kluwer (WKL) is a global leader in professional information, software solutions, and services for the healthcare; tax and accounting; governance, risk and compliance; and legal and regulatory sectors. We help our customers make critical decisions every day by providing expert solutions that combine deep domain knowledge with technology and services.

Wolters Kluwer reported 2020 annual revenues of €4.6 billion. The group serves customers in over 180 countries, maintains operations in over 40 countries, and employs approximately 19,200 people worldwide. The company is headquartered in Alphen aan den Rijn, the Netherlands.

For more information, visit www.wolterskluwer.com, follow us on [Twitter](#), [Facebook](#), [LinkedIn](#), and [YouTube](#).

WYWIAD Z ...

PROF. GABRIELE CARBONI WIZJONEREM STRATEGII MARKETINGU CYFROWEGO.

Co wspólnego mają ze sobą takie firmy jak Lamborghini, Danone, IRIS Ceramica, Aboca, Bauli, GEA, Fedrigoni, IMA, Safilo, iliad and Knauf? To najzdolniejsze włoskie firmy 2022 r. Historie ich sukcesu znajdują się w kolejnej książce wydanej przez Kotler & partners – Carboni, która ma się ukazać w 2021 r.

Po raz pierwszy na świecie, publikacja dotycząca marketingu, zajmie się konkretnymi zagadnieniami z każdego sektora rynku. Książka „Essentials of Modern Mar-

keting” zostanie opublikowana w ponad 100 krajach na świecie. Każde takie wydanie będzie zawierało case study/studium przypadku odpowiadające konkretnemu rynkowi/krajowi. Oficjalna strona, gdzie będzie można zakupić książkę to <https://eomm.bebrilliant.it>

Książka jeszcze się nie ukazała, a już została określona przez The Daily Times jako „Książka XXI wieku dotycząca biznesu, marketingu i zarządzania”, natomiast Il Giornale delle PMI nazwał ją „biblią nowoczesnego marketingu”.

Prof. Gabriele Carboni

Nazwany przez Exportiamo.it: „Zmieniacz cyfrowych strategii marketingowych”.

Określony przez Going Global UK: „Wiodący ekspert w międzynarodowych strategiach marketingu cyfrowego”.

Założyciel projektu „Be Brilliant” z Kotler Impact Inc. autorstwa prof. Philipa Kotlera.

Jest wśród 5 głównych włoskich influencerów marketingowych według Digitalic. Autorka „Strategii internetowych dla rynków zagranicznych”, Hoepli 2016 i „The Marketing Distinguo: zróżnicowanie na trzech krokach”, Amazon 2019.

Autor rozdziału „Managing the post-pandemic digital time” do książki Kotlera i jej partnerów „Essentials of Modern Marketing”.

Jedyny Włoch, który ukończył program wykonawczy MIT Digital Business Strategy dotyczący transformacji cyfrowej.

Nagrodzony wśród trzech najlepszych innowacji marketingowych 2019 na targach DES 2019 w Madrycie za projekt Marketing Distinguo.

Współpracował jako nauczyciel na Uniwersytecie Ca' Foscari w Wenecji, Uniwersytecie w Modenie i Reggio Emilia, Uniwersytecie Trento, Międzynarodowym Uniwersytecie Rzymskim, Uniwersytecie Bolońskim, 24 Ore Business School, Akademii Ninja i Akademii Exportiamo.

Jest jedynym konsultantem BPER Banca w zakresie strategii marketingu internetowego na rynkach zagranicznych.

Jest członkiem komisji UNI ds. definiowania przepisów dotyczących zawodu Menedżera eksportu i Menedżera eksportu cyfrowego.

Globalny mówca główny podczas różnych wydarzeń we Włoszech i za granicą, w tym nadchodzącego World Marketing Summit 2021.



Mamy zaszczyt i przyjemność porozmawiania dzisiaj z profesorem Gabriele Carboni, wizjonerem strategii marketingu cyfrowego. Profesor Carboni jest współzałożycielem Weevo, osobą, która, na rynku włoskim, powołała do życia projekt BeBrilliant oraz wybrała firmy, o których mowa w nowej książce wydanej przez Kotler Impact.

Kotler Impact oraz książka „Essentials of Modern Marketing” to „dzieci” genialnego umysłu ojca współczesnego marketingu, prof. Philip’a Kotler’a, światowego eksperta marketingu strategicznego oraz założyciela i prezydenta World Marketing Summit Group.

Kotler Impact ma jeden cel – wpłynięcie na firmy i nowe pokolenia w kierunku zrównoważonego rozwoju finansowego, środowiskowego i społecznego.

BeBrilliant to nazwa inicjatywy powstałej na włoskim rynku, związanej z książką „Essentials of Modern Marketing”. Jak narodził się ten projekt?

Gabriele Carboni: Po raz pierwszy spotkałem prof. Kotlera podczas jego wykładu w Mediolanie. Mówił o tym, że wg niego, od czasów Leonadra da Vinci we Włoszech nie było i nie ma wielkich innowatorów/wynalazców. Dlatego, mając możliwość porozmawiania z nim po wykładzie, stwierdziłem, że się z nim nie zgadzam. Fakt, może nie mamy Elon’a Mask’a, który chciałby zabrać nas na Marsa. I niestety, włoskie firmy i włoscy przedsiębiorcy nie są tak dobrzy w mówieniu o sobie i komunikowaniu się, jak inni. Mamy jednak unikalną na świecie tkankę małych i średnich przedsiębiorstw. Znakomite firmy, doskonałość, która tworzy innowacje. Niestety te znakomite pomysły i innowacje włoskich firm, często są wykorzystywane, w innych krajach. Mam tu na przykład na myśli sektor mechaniczny w Modenie, który pracuje jako podwykonawca dla firm niemieckich. W takim wypadku to Bosch czy BMW informują o innowacjach, które powstają w naszych firmach. A to tylko jeden z przykładów. Dzięki projektowi BeBrilliant odkrywam wyjątkowe realia, które, ze względu na swoją wielkość, dla większości pozostają nieznane.

W związku z tym projekt nie jest kierowany tylko do dużych firm ale również do małych i średnich przedsiębiorstw?

Gabriele Carboni: Dokładnie tak. Dobrze się rozmawia o dużych markach, która każdy zna, ale ja chciałem, żeby projekt BeBrilliant osiągnął również małe firmy i startupy. Moim celem jest pokazanie, a właściwie przypomnienie profesorowi Kotlerowi, i światu, że Włochy są bogate w doskonałość.

Na jakie trudności napotyka Pan w próbie zaangażowania małych i średnich przedsiębiorstw?

Gabriele Carboni: A tu mamy paradoks. Wiele małych i średnich przedsiębiorstw nie czuje się na siłach, żeby przystąpić do projektu, obawiając się zniekształcenia swojego wizerunku. Prawdę mówiąc



właśnie te firmy mają najbardziej fascynujące historie. Uważam, że małe włoskie firmy muszą zebrać się na odwagę i zacząć dzielić się swoimi historiami. Aby odkryć tę znakomitość, zebrałem duży zespół doświadczonych konsultantów, którzy pomogą mi wybrać te firmy. Są to między innymi Leonardo Ristori, Alberto Cantalù, Domenico Casaleno, Marco Giannetti, Sara Scarpellini, Lucy Carletti, Massico Contini, Ermela Mullisi czy Valentina Ursic. W przeciwnym wypadku, dla mnie samego byłoby niemożliwe poznanie wielu znakomych realiów naszego kraju.

Wśród wielu działań, część będzie również poświęcona na post pandemiczną strategii cyfrowej. Może nam Pan o tym powiedzieć?

Gabriele Carboni: Pandemia postawiła wiele firm, i ludzi, w trudnej sytuacji. Jednak w sposób reaktywny i prężny, firmy zaczęły postrzegać technologię cyfrową jako szansę na wyjście z kryzysu oraz opracowanie nowych produktów i usług. W tym względzie cyfrowy marketing nie jest już tylko narzędziem do komunikacji ale kluczową, strategiczną dźwignią, która kładzie fundamenty na wartościach firmy, zanim jeszcze produkt lub usługa są oferowane.

Czym powinna się charakteryzować firma aby stać się częścią projektu BeBrilliant?

Gabriele Carboni: Jak często lubię mówić, jeżeli firma istnieje na rynku od lat, tak samo jak startup zaczyna nabierać kształtu, dzieje się tak dlatego, że jedni i drudzy posiadają wyróżniający ich marketing (Marketing Distinguo), coś, co w konkretny sposób odróżnia ich od konkurencji. Jednak to jest tylko jeden z parametrów selektywnych. Historie sukcesów, które nas interesują, i o których chcemy opowiedzieć w książce, to również historie innowacji, związków ze społecznością, środowiskiem i ludźmi, którzy pracują w firmie.

INTERVIEW WITH...

PROF. GABRIELE CARBONI, THE GAME-CHANGER OF DIGITAL MARKETING STRATEGIES.

What do Lamborghini, Danone, IRIS Ceramica, Aboca, Bauli, GEA, Fedrigoni, IMA, Safilo, Iliad and Knauf have in common? They are among the brightest Italian companies of 2022.

Their success stories are included in the next book by Kotler & partners – Carboni, scheduled for publication in 2021.

For the first time in the world, a marketing volume focuses on concrete cases of each market. "Essentials of Modern Marketing" will, in fact, be published in over 100 countries around the world, each with dedicated case studies. The official website of the book is <https://eomm.bebrilliant.it>

Prof. Gabriele Carboni

Defined by Exportiamo.it: "The game-changer of digital marketing strategies".

Defined by Going Global UK: "Leading expert in international digital marketing strategies".

Founder of the "Be Brilliant" project with Kotler Impact Inc. by Prof. Philip Kotler.

Among the 5 major Italian marketing influencers according to Digitalic. Author of "Web strategies for foreign markets", Hoepli 2016 and "The Marketing Distinguo: differentiation on three steps", Amazon 2019.

Author of the chapter "Managing the post-pandemic digital time" for the Kotler and partners book "Essentials of Modern Marketing".

The only Italian to complete the MIT Digital Business Strategy Executive Program on Digital Transformation.

Awarded among the three Best 2019 Marketing Innovation at DES 2019 in Madrid with the Marketing Distinguo project.

He has collaborated as a teacher for University Ca' Foscari of Venice, University of Modena and Reggio Emilia, University of Trento, International University of Rome, University of Bologna, 24 Ore Business School, Ninja Academy and Exportiamo Academy.

He is the only consultant of BPER Banca for web marketing strategies for foreign markets.

He is part of the UNI commission for the definition of legislation relating to the profession of the Export Manager and the Digital Export Manager.

Global keynote speaker for various events in Italy and abroad including the upcoming World Marketing Summit 2021.



The project has already been defined by the Daily Times as "The book of the twenty-first century on business, marketing and management", and by Il Giornale delle PMI as "The bible of modern marketing".

We have the honor and pleasure of interviewing Prof. Gabriele Carboni, the game-changer of digital marketing strategies. He is precisely the co-founder of Weevo, who conceived the BeBrilliant project for the Italian market and selected the companies to be told in the book published by Kotler Impact.

Kotler Impact and the book "Essentials of Modern Marketing" are the brainchild of the father of modern marketing, Prof. Philip Kotler, the world's leading expert in strategic marketing and founder and president of the World Marketing Summit Group.

Kotler Impact has one goal: influence companies and the new generations towards financial, environmental, and social sustainability.

BeBrilliant is the name of the initiative relating to the book "Essentials of Modern Marketing" for the Italian market. How was the project born?

Gabriele Carboni: When I first met Prof. Philip Kotler, he was giving a lecture in Milan. On stage, he told how, according to him, Italy no longer has great innovators since Leonardo da Vinci. So, having the opportunity to interview him at the end of the event, I pointed out that I disagree. We probably don't have an Elon Musk trying to take us to Mars. Alas, Italian companies and entrepreneurs are not as good at talking about themselves and communicating as others. However, we have a fabric of small and medium-sized enterprises that is unique in the world. Brilliant companies, excellence, which also make innovation. Unfortunately, the brilliant ideas and innovations of Italian companies often end up in other countries. I am thinking, for example, of the mechanical sector in Modena, which works as a subcontractor for Germany. At that point, it is Bosch or BMW who communicate the innovation, which comes from our companies. This is just one of the examples we can give. Thanks to the BeBrilliant project, I am discovering unique realities, which remain unknown to most due to their size.

So, the project is not only dedicated to big brands but also SMEs?

Gabriele Carboni: Yes, exactly. It's nice to talk about the big brands that everyone knows, but I strongly wanted the BeBrilliant project to reach even small businesses and startups. My goal is to demonstrate or rather remind Prof. Kotler and the world that Italy is rich in excellence.

What are the difficulties you are experiencing in involving SMEs?

Gabriele Carboni: This is indeed a paradox. Many SMEs do not feel up to the project. They are afraid of disfig-



uring. The truth is, those are the companies with the most compelling stories to tell. I believe that small Italian businesses need to take courage and start sharing their stories. To find these excellences, I have put together a large team of top-level consultants who help me select. I mention, among others, Leonardo Ristori, Alberto Cantalù, Domenico Casaleno, Marco Giannetti, Sara Scarpellini, Lucy Carletti, Massico Contini, Ermela Mullisi and Valentina Ursic. Otherwise, it would be impossible for me to get to know the many brilliant realities of our country.

Within the volume, a chapter of yours will also be dedicated to the post-pandemic digital strategy. Can you tell us about it?

Gabriele Carboni: The pandemic has put a lot of companies and people in difficulty. In a reactive and resilient way, however, companies have begun to look to digital as an opportunity to get out of the crisis and develop new products and services. In this context, digital marketing is no longer just a communication tool but an essential strategic lever that lays its foundations on the company's values, even before the product or service it offers.

What are the characteristics that a company must possess to become part of the BeBrilliant project?

Gabriele Carboni: As I like to say often and willingly, if the company has been on the market for years, so in the same way if a startup takes shape, it is because it has a precise Marketing Distinguo, something that concretely distinguishes it from the competition. This, however, is only one of the selection parameters. The success stories that we are interested in talking about the book are also those of process innovation, relationships with the community, the environment, and the people who work within the company.

ŁÓDZKIE KOŁO REGIONALNE IIA POLSKA

Grudzień 2007

Integracja środowiska audytorów wewnętrznych. Stworzenie grupy skupionej w Łódzkim Regionalnym Kole IIA Polska, działającym w formule "w organizacji".

27 maja 2010

Uchwałą Zarządu Stowarzyszenia Audytorów Wewnętrznych IIA Polska zostaje powołane Łódzkie Koło Regionalne. Funkcję Koordynatora obejmuje Pani Anna Królak.

Współpraca z Kołami

Współorganizacja wspólnych inicjatyw Koordynatorów Kół Regionalnych i Branżowych: Karpacz, Lublin, Poznań, Stare Jabłonki.

Współpraca z lokalnymi partnerami:

- Centrum Obsługi Przedsiębiorcy w Łodzi
- Deloitte
- Uniwersytet Łódzki
- Społeczna Akademia Nauk
- Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna
- Urząd Wojewódzki w Łodzi
- Urząd Pracy
- Sąd Okręgowy w Łodzi
- Urząd Miasta oraz Starostwo Powiatowe w Zgierzu.

Współdziałanie na rzecz rozwoju zawodowego

Współorganizacja Ogólnopolskich Spotkań Szkoleniowych w Dobieszkowie (2010 i 2011).

Wymiana doświadczeń

W latach 2007–2021 organizacja spotkań integracyjno-szkoleniowych. W ramach wszystkich wydarzeń Łódzkie Koło Regionalne gościło wielu specjalistów reprezentujących administrację publiczną, biznes i uczelnie wyższe.

Konferencje branżowe

Współorganizacja krajowych konferencji:
2013 – *"Samorządność znaczy odpowiedzialność. Skuteczne zarządzanie jednostką samorządu terytorialnego XXI wieku. Szanse i wyzwania"*, Starostwo Powiatowe w Zgierzu
2016 – *"Sprawność zarządzania w świetle audytów prowadzonych w jednostkach sektora finansów publicznych"*, Uniwersytet Łódzki
2020 – *"Audyt wewnętrzny jako narzędzie optymalizacji zarządzania organizacją w świecie ciągłej zmiany"*, Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi.

Integracja po godzinach

Coroczne spotkania wigilijne skupiają liczną grupę audytorów wewnętrznych, członków oraz sympatyków łódzkiego Koła Regionalnego.

Statystyka

Łódzkie Koło Regionalne IIA Polska w liczbach:

1000 – liczba uczestników wydarzeń organizowanych przez Łódzkie Koło Regionalne, od początku działalności.

65 – liczba spotkań integracyjno-szkoleniowych zorganizowanych przez Koło.

500 – liczba uczestników konferencji (stacjonarnych i online).

Dzielenie się wiedzą

Udział Koordynatora Łódzkiego Koła Regionalnego w roli prelegenta w spotkaniach organizowanych w Dąbrowie Górniczej, Katowicach i Poznaniu.

Nowe inicjatywy

Udoskonalanie kompetencji w ramach rozpoczętego w roku 2021, przez Łódzkie Koło Regionalne cyklu webinarów *”Rozwój kompetencji miękkich – profesjonalizacja zawodu audytora”*.



2020 Konferencja,
Akademia Humanistyczno-
-Ekonomiczna w Łodzi

2016 Konferencja,
Uniwersytet Łódzki



Łódzkie Koło Regionalne IIA Polska reprezentują:
Anna Królak, CGAP – Koordynator Koła
Magdalena Kowalik, CGAP – Z-ca Koordynatora



OKIEM AUDYTORA IT

Drodzy koledzy audytorzy i koleżanki audytorki,

Mam nadzieję, że poprzedni artykuł Wam się spodobał (albo chociaż przynajmniej nie znużył Was totalnie). Dzisiaj na tapet (nie, nie, to nie błąd, powinno się mówić „na tapet”, a nie „na tapetę”) chciałabym wziąć temat trochę lżejszy i bardziej „miękki”, ale rzecz jasna nie mniej ważny – polityki obszaru IT i bezpieczeństwa.

„Chałupska, czy Ty naprawdę chcesz omawiać polityki w kolumnie dotyczącej audytu IT?! Nie masz ciekawszych tematów?” – zapytacie zapewne. No cóż, może faktycznie nie mam? A może polityki jednak są naprawdę ważne do tego, żeby te nasze audyty przeprowadzać rzetelnie, a nie na łubu-du i hurra?

Każdy audyt, niezależnie czy jest to audyt IT, czy audyt jakości, zgodności, ekologiczny, finansowy... (wstaw dowolne), potrzebuje jakiegoś punktu odniesienia. Obiektywnych kryteriów do których może odwołać się audytor, z którymi audytor może coś porównać. Bez kryteriów audytu nie ma audytu i audyt IT nie jest tutaj żadnym wyjątkiem. Oczywiście kryteria mogą przyjmować różną formę. Mogą to być np. wymagania regulacyjne, praw-

ne, normatywne, a więc różnego rodzaju zewnętrzne wymagania, z którymi organizacja musi być zgodna albo chce być zgodna. Ale każda świadoma, dojrzała organizacja ma przecież też własne cele i do czegoś dąży. A jeśli tak jest to powinna mieć również swoje wewnętrzne wymagania, żeby jej własne cele były możliwe do spełnienia. I te wewnętrzne, własne wymagania wcale nie mają mniejszej roli niż te zewnętrzne! Przykład, że nie zmyślam: chcesz mieć certyfikat ISO 27001? Musisz być zgodny z normą, ale również „z własnymi wymaganiami organizacji dotyczącymi systemu zarządzania bezpieczeństwem informacji”. Nie jesteś zgodny z własnymi wymaganiami? Bye, bye, certyfikacie!

A co się stanie, jeśli nie spisujemy naszych celów i wymagań? Cóż, praktyka pokazuje, że za jakiś czas nikt nie będzie o nich pamiętał. Rola udokumentowanych polityk staje się więc nie do przecenienia.

Tymczasem polityki potrafią spędzać niejednemu audytorowi sen z powiek. Dlaczego? Ano dlatego, że organizacje często ich nie mają (choć z różnych powodów mieć powinny), a jak nawet już je mają, to albo są źle napisane (realnie nie da się tego czytać, więc jak niby ktoś miałby to wdrożyć i przestrzegać?), albo

jeśli nawet już są dobrze napisane, to nikt nie kwapi się, żeby je stosować (regulacja została napisana, ale nie została faktycznie wdrożona w organizacji). Nierzadko polityki i wynikające z nich inne powiązane regulacje są pisane, bo... „No przecież wszyscy inni mają, więc to chyba ważne, żeby mieć! Zdecydowanie wypada mieć! A w ogóle to audytor zewnętrzny kazał nam taką przygotować, no i norma wymaga, a przecież chcemy mieć certyfikat...!” Taa, jako konsultant miałam przyjemność (często wątpliwą) czytać polityki w różnych organizacjach i słuchać wyjaśnień jak wyżej. I bazując na tym doświadczeniu śmiem twierdzić, że mało która z organizacji pisze swoje polityki z dobrych przestank. A przecież dobra polityka jest bardzo ważna...

Skoro twierdzą, że polityka jest ważna, to co jest celem wdrażania polityk i jakie są cechy dobrej polityki? W obliczu tego co napisałam wyżej, pytanie nie jest trywialne – jak widać bardzo trudno napisać dobrą politykę...

Polityki często kwalifikuje się jako zabezpieczenie organizacyjne – administracyjne. Ich celem jest wprowadzenie ram dla zarządzania, standardów postępowania albo zachowań, czy też wdrożenie pewnych zabezpieczeń. Dobra polityka bezpieczeństwa informacji powinna wywodzić się ze strategii biznesowej i odpowiadać celowi istnienia organizacji – jeśli tak nie będzie to szybko cele biznesu wezmą górę nad zapisami polityki i brak spójności szybko uniemożliwi realizację zapisów polityki. Dobra polityka musi zawierać cele bezpieczeństwa informacji lub tworzyć ramy do ustanowienia celów bezpieczeństwa informacji – ktoś, kto czyta politykę musi rozumieć, dlaczego osiągnięcie tych celów jest ważne, co to za cele i do czego dążymy. Jeśli nie będzie rozumiał powagi zapisów, to nie będzie ich przestrzegał. I kropka. Koniecznie w polityce należy zatem zawrzeć definicję bezpieczeństwa informacji, cele i zasady kierowania wszystkimi działaniami związanymi z bezpieczeństwem informacji. Niemniej ważne dla prawidłowego wdrożenia polityki będzie wyznaczenie odpowiedzialności – cóż, niestety, jeśli obowiązki nie zostaną wskazane, to niewykluczone, że nikt nie będzie poczuwał się do egzekwowania polityki. Eh, życie!

Dobra polityka zawiera również zobowiązanie do ciągłego doskonalenia – organizacja cały czas się rozwija i zmienia, i trzeba mieć tego świadomość. No i w końcu, dobra polityka powinna uwzględniać procesy obsługi odstępstw i wyjątków. Stety, niestety, rzeczywistość nie jest czarno – biała i nie zawsze wszystko będzie zgodne z naszymi intencjami. Co nie znaczy, że nasza polityka jest bez sensu! Po prostu trzeba być przygotowanym na różne możliwości.

Ważne jest także to co zrobimy z samym dokumentem polityki. Polityka musi być dostępna jako „udokumentowana informacja” – czyli trzeba ją gdzieś spisać. Czy to będzie papier czy plik na dysku, nie ma większego znaczenia. Ważne, żeby móc tę „udokumentowaną informację” jakoś udostępniać temu komu trzeba. Ba, trzeba ją też jakoś zatwierdzić. Polityki powinny być za-

twierdzone przez kierownictwo, żeby miały pewną „rangę” i aby pracownicy czuli ich „moc”. A po zatwierdzeniu trzeba je zakomunikować w organizacji – w końcu ktoś kto ma ich przestrzegać, musi o nich wiedzieć, prawda? Czasem wystarczy komunikat, czasem potrzebne będzie szkolenie. Ostatecznie, pracownicy muszą zrozumieć jaki mają wkład w skuteczność działań na rzecz bezpieczeństwa informacji i zrozumieć konsekwencje dla organizacji i siebie, jeśli zgodni z zasadami nie będą.

Ile właściwie organizacja powinna mieć polityk? Na to pytanie nie ma jednej dobrej odpowiedzi. Cóż, różne organizacje mają różne potrzeby. Niektóre organizacje wydają polityki bezpieczeństwa informacji jako jeden dokument, inne jako zestaw oddzielnych, ale powiązanych, dokumentów. Jedne organizacje „polityką” nazywają jeden główny dokument, a dla pozostałych dokumentów stosują inne terminy, takie jak „Standardy”, „Dyrektywy” i „Zasady”; z kolei inne organizacje mają tych polityk mnóstwo. Przykładowo ISO 27001 wymienia naście polityk do wdrożenia w załączniku A tej normy. Często w większych i bardziej złożonych organizacjach mogą występować polityki wewnętrzne, per departament. Podejść jest mnóstwo i każde może okazać się równie dobre.

No i last but not least, polityki trzeba utrzymywać! Co to znaczy „utrzymywać”? Ano należy zapewniać, żeby były aktualne, właściwe i skuteczne. Trzeba zapewnić, żeby miały ręce i nogi w każdym możliwym punkcie czasu. Jeśli wymagania organizacji się zmieniają, pojawiają się nowe technologie, zmienia się apetyt na ryzyko, to politykę trzeba przejrzeć i zaktualizować. Dobre praktyki mówią, że przeglądy polityk powinny mieć miejsce albo gdy wystąpi zmiana, albo gdy wynika to z harmonogramu przeglądów (organizacja powinna zaplanować przeglądy i przeglądać polityki np. nie rzadziej niż raz w roku).

To wszystko brzmi jak dużo zachodu, prawda? Trudno się dziwić zatem, że nie brakuje organizacji, które temat traktują po macoszemu. No i przecież takie wprowadzenie zasad i wymagań, ogranicza swobodę działania, co nie? Ileż to razy w swojej karierze musiałam przekonywać dyrektorów IT, że należy jednak spisać jakieś zasady i zacząć je stosować, i albo odbijałam się od muru albo spotykałam się ze świętym oburzeniem.

Czy Wasze organizacje mają polityki bezpieczeństwa? Z jakich powodów zostały spisane? Czy są zrozumiałe dla pracowników? Czy Wasze organizacje przestrzegają wszystkich wyżej wymienionych dobrych praktyk tworzenia i utrzymywania polityk?

Oby Wasze organizacje tworzyły polityki ze słusznych powodów i umiały z nich korzystać do osiągnięcia swoich celów.

Do usłyszenia w kolejnym numerze magazynu,

Wasza A.

Anna Chałupska, CISA, CISM, CISSP, CCAK, LA ISO 27001, LA ISO 22301



PRZYSZŁOŚĆ JEST DZISIAJ, CZYLI GITEX 2021

GITEX (Gulf Information Technology Exhibition) to coroczne, największe wydarzenie technologiczne świata, odbywające się w Zjednoczonych Emiratach Arabskich, jednym z najbardziej zapierających dech w piersiach mieście świata – Dubaju.

Jak co roku targi odbywały się w kompleksie Dubai World Trade Centre, umiejscowionym w 7 gigantycznych halach, każda o wielkości co najmniej średniego stadionu piłkarskiego. O wielkości obiektu świadczył codzienny wynik krokomierza, który wskazywał po kilkanaście przebytych kilometrów dziennie. W ciągu 5 dni odwiedzaliśmy targi wśród kilkuset tysięcy zwiedzających. W tegorocznej, 41. edycji, która odbyła się w dniach 17-22 października 2021 r., wzięło udział ponad

3500 wystawców ze 140 krajów. Wystawy obejmowały również możliwość uczestnictwa w specjalistycznych konferencjach, które odbywały się w sześciu obszarach: Gitex Global, Ai Everything, Gitex Future Stars, the Future Blockchain Summit, Fintech Surge i Marketing Mania. Tematyka, która była prezentowana to m.in.: cyberbezpieczeństwo (IT/OT/IoT, cloud computing, etc.), sztuczna inteligencja (AI), robotyka, przemysł 4.0, chmura obliczeniowa (cloud), inteligentne miasta, domy, samochody, drony, rozwiązania dla biznesu – wszystko oczywiście „smart”, Internet Rzeczy (IoT), analityka danych, big data, 5G, blockchain, samojezdne pojazdy, roboty medyczne (do prowadzenia operacji czy pierwszego kontaktu z pacjentami), zastosowanie block-

chain w medycynie, telemedycyna, wykorzystanie ER w medycynie), wirtualna rzeczywistość (Virtual Reality (VR), rzeczywistość rozszerzona (Extended/Augmented/Mixed Reality (XR/AR/MR))). Technokratom „zaświeciło się w oczach” wiele razy. W godzinach popołudniowych, odwiedziliśmy również EXPO2020 i budynek-pawilon POLSKA. Z zewnątrz prezentujący się okazałe, ale wewnątrz.... no cóż, w porównaniu z innowacjami krajów Zatoki Perskiej... mamy sporo do nadrobienia.

Słowa z przedrostkiem „naj” nieprzypadkowo będą pojawiać się w naszej relacji, gdyż zarówno Prezydent, Premier, jak i poszczególnie szejkwie Emiratów budują i kształtują Emiraty tak, aby zasłużyły na miano najnowocześniejszego kraju świata. Państwa w pełni cyfrowego, nowoczesnego, z gigantyczną i imponującą infrastrukturą, opartą na wiedzy i talentach jego mieszkańców. Skalę i rozmach ambicji dobrze widać ze 154 piętra Burj Khalifa. Już dziś możesz założyć tam wirtualną firmę, z wirtualną tożsamością, otrzymać realną wizę, a dla szczególnie cennych specjalistów – nawet honorowe obywatelstwo. Wizytujący targi Premier H.H. Sheikh Mohammed bin Rashid al Maktoum powiedział: „GITEX reprezentuje nasze narodowe aspiracje w zakresie gospodarki przyszłości. Reprezentuje on również Zjednoczone Emiraty Arabskie w zbliżaniu świata Wschodu i Zachodu w celu sformułowania ich przyszłych aspiracji w zakresie technologii.”

Jakie są nasze spostrzeżenia po odsłuchaniu kilkudziesięciu prelekcji, odwiedzeniu kilku tysięcy stoisk, wielogodzinnych rozmowach z przedstawicielami różnych branż oraz reprezentantami rządów:

- technologie staną się (NIE, one już są) nieodzownym elementem codziennego życia;
- na naszych oczach nastąpi przewartościowanie

i zmiana sposobów wykonywania dotychczasowych czynności;

- musimy się przygotować na nieodwracalne zmiany na rynku pracy, które będą promowały rozwiązania zautomatyzowane, oparte na nowych technologiach, AI, algorytmach i data governance, co przyczyni się do zanikania istniejących stanowisk lub głębokiej transformacji usługowej;
- zniknie pojęcie zawodu, gdyż technologia będzie gwarantować balans pomiędzy wiedzą, praktyką i talentem;
- dzięki technologii blockchain nastąpią znaczące zmiany w obszarze funkcjonowania rynków finansowych, ale również nowe podejście do transparentności działania, rozliczalności, działania compliance oraz audytu; audyt będzie oparty o blockchain – albo go w ogóle nie będzie;
- cyberbezpieczeństwo i antykruchłość procesów biznesowych stanie się kluczowym elementem funkcjonowania każdego kraju i każdej organizacji, z uwagi na całkowitą zależność od procesów cyfrowych. Czy tego chcemy, czy nie – kontrola procesów będzie miała charakter globalny.

Dodatkowym miłym akcentem odwiedzin Dubaju było zaproszenie na spotkanie zorganizowane przez IIA UAE w Jumeirah Emirates Towers. IIA UAE reprezentowali Abdulqader Obaid Ali (Chairman of the Board, CEO – Smartworld), Ali Al Muwaijei (Board Member, Head of Governance, Compliance & Agility – DEWA) oraz Samia Al Yousuf (General Manager). Głównym celem była wymiana doświadczeń w obszarze budowania kompetencji audytorów wewnętrznych, w tym kom-



petencji niezbędnych w nowym turbulentnym i zdigitalizowanym świecie. Nasi koledzy z UAE przedstawili swój nowy program edukacyjny. HASAAD – bo o nim mowa – to program szkoleniowy i rozwojowy, skierowany do młodych absolwentów szkół wyższych. Powstał na podstawie inicjatywy zapoczątkowanej przez Jego Wysokość Szejkę Khalifa bin Zayed Al Nahyan. Wizją programu HASAAD jest dostarczenie absolwentom uczelni w ZEA bogatej wiedzy z zakresu audytu wewnętrznego. Cztery filary HASAAD to zapewnienie:

- szkoleń technicznych, w obszarach w większości tożsamych z tematyką tegorocznego GITEX;
- szkoleń z zakresu umiejętności miękkich tj. prezentacji, pisania raportów, negocjacji w audycie;
- współdzielenia się rzeczywistymi wyzwaniami i doświadczeniami, z jakimi spotykają się dyrektorzy ds. audytu;
- kursów części 1 i 2 do egzaminu CIA.

Rewanżując się przedstawialiśmy strukturę szkoleń IIA Polska, zbudowaną w oparciu o „Katalog Szkoleń”, składającą się z:

- Akademii Audytora, zawierającą szkolenia budujące podstawowe kompetencje audytorów;
- Akademii ITGRC & AUDIT, zawierającą szkolenia budujące kompetencje cyfrowe, bezpieczeństwa informacji, cyberbezpieczeństwa, ochrony prywatności audytorów, nowe technologie;
- Akademii Agile, zawierające szkolenia budujące kompetencje w obszarach nowego podejścia do audytu tj. agile, scrum, myślenie krytyczne;
- szkoleń do egzaminów CIA.

Jednocześnie wskazaliśmy na możliwość dalszej wymiany wiedzy, doświadczeń, profesjonalnej kadry oraz zaprosiliśmy przedstawicieli UAE IIA, do udziału w XX-leciu IIA Polska, jako prelegentów. IIA UEA jest bardzo otwarty w dzieleniu się swoimi doświadczeniami, docenia też działania IIA Polska, we wspieraniu audytorów wewnętrznych wiedzą i praktyką, w zakresie nowych technologii. Na zakończenie spotkania nasi gospodarze sprawili nam wielką niespodziankę i wręczyli na nasze ręce prezent dla IIA Polska („złoty... a skromny!”).



Było to przyjacielskie, wyjątkowo perspektywiczne spotkanie, stanowiące zakończenie naszego pobytu w Dubaju. Podsumowaniem tej wizyty mogą być słowa: „podróże kształcą”.

Sebastian Burgemejster, Piotr Welenc



Standaryzacja pracy w audycie wewnętrznym

Mateusz Podobiński – doświadczenie zawodowe w audycie rozpoczął w PwC. Później kontynuował przygodę zawodową w Santander Consumer Banku, jako audytor wewnętrzny, w którym pracuje nieprzerwanie od 2016 roku. Interesuje się metodami i technikami lean management, które stara się wykorzystywać w codziennych obowiązkach zawodowych jak i życiu prywatnym. Od 2017 r. doktor nauk ekonomicznych.

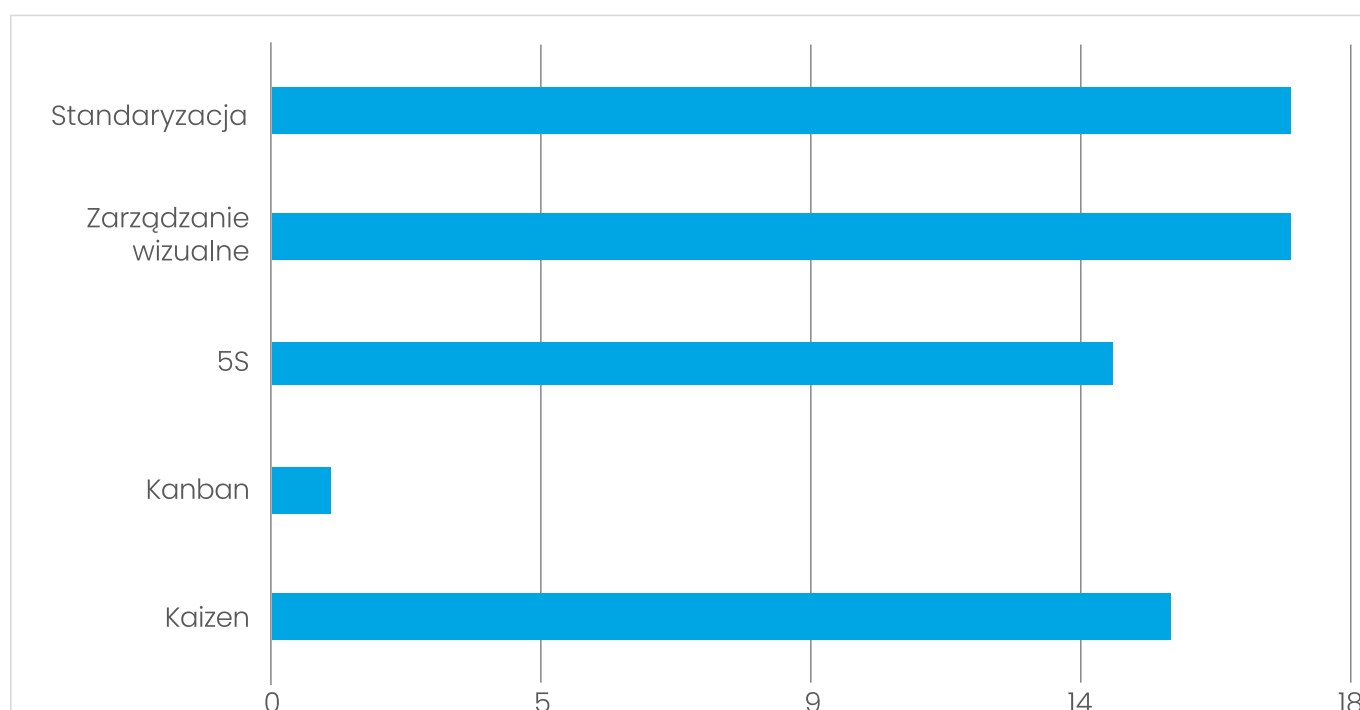
Obserwując praktykę gospodarczą oraz funkcjonowanie przedsiębiorstw w dynamicznym i trudnym do przewidywania środowisku można dojść do wniosku, że jedna rzecz jest pewna – zmiana. Zmieniają się produkty, usługi, przedsiębiorstwa. Coraz więcej przedsiębiorstw stara się wdrożyć skuteczne metody zarządzania, aby mogły odpowiadać na czas oraz zmieniające się potrzeby klientów. Jakość produktów, czas ich dostarczania oraz cena stanowią jedne z kluczowych czynników gwarantujących sukces przedsiębiorstwa. Te wszystkie czynniki można osiągnąć poprzez zastosowanie między innymi standaryzacji. Dobry i rzetelnie wypracowany standard pozwala na produkowanie w ten sam sposób, a w konsekwencji z mniejszą ilością błędów oraz reklamacji klientów. W rezultacie ma to wpływ na mniejsze koszty oraz szybsze wytwarzanie produktów i usług. Rolą standaryzacji nie jest stworzenie jednego niezmiennego się wzorca produkcji. Stanowi ona pewien standard, według którego należy postępować. Jednak powinien być modyfikowalny ze względu na wcześniej wspomniane zmiany w otoczeniu gospodarczym oraz wymagania interesariuszy. Obserwując przez lata praktykę audytu (zewnętrznego oraz wewnętrznego) dostrzegam znaczenie oraz rolę standaryzacji w działaniach audytu. Dostrzegam w niej wiele zalet, które pozwalają między innymi na szybsze wdrożenie nowego pracownika, jednolity sposób dokumentowania prac audytowych, zgodność z metodologią oraz Międzynarodowe Standardy Praktyki Zawodowej Audytu Wewnętrznego. Z drugiej strony można dojść do wniosku, że standaryzacja ogranicza swobodę audytora. Poprzez zapewnienie, że wzięto się wszystkie elementy spisane w ramach standardu, można mieć przekonanie, że zbadało się wszystkie wymagane aspekty do wydania opinii na temat danego procesu. W praktyce każde przedsiębiorstwo jest inne, a procesy nawet tego samego działu mogą różnić się znacząco. Czy standaryzacja jest potrzebna w pracy audytora? Jakie są zalety oraz wady tego podejścia?

Standaryzacja – charakterystyka.

Standaryzacja jest jedną z podstawowych metod lean management, której jestem wielkim pasjonatem i zwolennikiem. Standaryzacja pracy jest to najlepszy, najprostszy i najbezpieczniejszy sposób wykonywania danego działania. Dzięki standardom możliwe jest zapobieganie błędom oraz zmienności procesu, ale jak każda metoda zarządzania posiada również swoje wady. W tabeli poniżej przedstawiłem wybrane zalety i wady.

Zalety standaryzacji	Wady standaryzacji
Jasna wytyczna, według, której należy postępować.	Ogranicza swobodę działania poprzez narzucenie z góry wszystkich kroków.
Pozwala na wprowadzenie nowej osoby w proces (krok po kroku pokazuje, jakie czynności należy wykonać).	Dostarcza fałszywego zapewnienia, że jeżeli wszystkie elementy wzięte ze standardu to sprawdziłeś wszystko.
Umożliwia dokonanie oceny tych samych produktów/usług. Jeżeli taki sam standard dotyczy wytwarzania danego produktu/usługi to jesteś w stanie ocenić, który z nich jest lepszy, czy zawiera wszystkie wymagane elementy, czy nie ma braków.	Środowisko oraz otoczenie jest dynamiczne, dlatego dobry standard wymaga częstych aktualizacji.
Pozwala na zidentyfikowanie odchyleń od standardu, a na tej podstawie możliwe jest stworzenie planu działań naprawczych.	Spisanie dobrego standardu jest czasochłonne.

Standaryzacja bardzo dobrze sprawdza się w przedsiębiorstwach produkcyjnych. Umożliwia produkowanie w taki sam sposób, dzięki czemu każdy klient otrzymuje identyczny produkt. Niemniej jednak standaryzacja jest jedną z technik lean management, którą można zastosować w działach pozaprodukcyjnych. W 2015 roku przeprowadziłem badania wśród 20 firm produkcyjnych, które wskazały, że standaryzacja jest jedną z częściej stosowanych technik lean w takich działach jak: HR, księgowość, administracja. Wśród innych metod i technik lean management pojawiły się: kaizen, kanban, 5S, zarządzanie wizualne (szczegóły przedstawiono na wykresie poniżej). Zastosowane metody i techniki lean we wszystkich przedsiębiorstwach były w pierwszej kolejności implementowane w działach produkcyjnych. Po upływie od 2 do 3 lat zostały wdrożone w działach pozaprodukcyjnych.



Wybrane standardy audytu wewnętrznego.

Audyt wewnętrzny jest działalnością niezależną i obiektywną, której celem jest przysporzenie wartości i usprawnienie działalności operacyjnej organizacji. Polega na systematycznej i dokonywanej w uporządkowany sposób ocenie procesów: zarządzania ryzykiem, kontroli i ładu organizacyjnego, przyczynia się do poprawy ich działania. Pomaga organizacji osiągnąć cele dostarczając zapewnienia o skuteczności tych procesów, jak również poprzez doradztwo¹. Szczególnie warto zwrócić uwagę w tej definicji na stwierdzenie, że audyt wewnętrzny działa w sposób uporządkowany.

Audyt wewnętrzny powinien działać zgodnie ze Międzynarodowe Standardy Praktyki Zawodowej Audytu Wewnętrznego. Standardy dzielą się na trzy kategorie:

- Standard atrybutu – określają cechy organizacji oraz osób zajmujących się audytem wewnętrznym.
- Standard działania – opisują charakter działań audytu wewnętrznego oraz określają kryteria jakościowe służące ich ocenie.
- Standard wdrożenia – stanowią rozwinięcie standardów atrybutów oraz standardów działania².

Zdaniem autora szczególnie warto zwrócić uwagę na niżej wymienionych standardach:

- **Standard 2040 – Zasady i procedury**

Zarządzający audytem wewnętrznym musi ustalić zasady i procedury służące kierowaniu audytem wewnętrznym. Jednak forma i zawartość tych zasad i procedur zależą od wielkości i struktury audytu wewnętrznego oraz złożoności jego pracy. Warto zwrócić uwagę, że z jednej strony standard wskazuje na standaryzację, ponieważ muszą być ustalone zasady i procedury, ale z drugiej strony ich wielkość zależy od struktury.

- **Standard 2340 – Nadzorowanie zdania**

Zadania muszą być odpowiednią nadzorowane, by zapewnić osiągnięcie celów, odpowiednią, jakość pracy i rozwój personelu. Jednak zakres wymaganego nadzoru zależy od biegłości i doświadczenia audytorów oraz złożoności zadania. Należy zwrócić uwagę, że standard 2340 pozwala na dużą swobodę działania. Nadzór zależy od kilku kryteriów, które są trudno mierzalne. Zarówno biegłość jak i doświadczenie audytorów trudno jest jednoznacznie zmierzyć. Czy doświadczenie, które wynosi na przykład 5 lat stanowi już duże doświadczenie? Jak należy interpretować te kryteria? W praktyce jest to kwestia subiektywna i podlega indywidualnej ocenie kierującego audytem.

Kolejnym tematem w zakresie wątpliwości dotyczącej standaryzacji w audycie są zasady dotyczące próbkowania. Można zastosować dwa podejścia:

- Podejście statystyczne – za pomocą określonych narzędzi lub formuł excelowych wprowadzane są parametry dotyczące poziomu ufności, oczekiwanego poziomu błędu, dopuszczalnego poziomu błędu, wielkości populacji, które wyliczają potrzebną ilość próby. Podejście takie pozwala na ekstrapolację wyników badań na całą populację.
- Podejście eksperckie – na podstawie wiedzy i doświadczenia audytora dotyczącego danego procesu określa się wielkość próby. Wadą takiego rozwiązania jest brak możliwości ekstrapolacji wyników badań na populację.

To, jaką metodę próbkowania przyjmie dany audytor zależy tak naprawdę od niego samego. Nie ma z góry narzuconego sposobu próbkowania. Wszystko zależy od doświadczenia audytora, znajomości procesu, umiejętności audytora, oczekiwań wobec wyników badania (czy mają być ekstrapolowane na całą populację). Tutaj też trudno mówić o standaryzacji w zakresie podejścia.

Pomimo wyżej przedstawionych wątpliwości wybrane elementy standaryzacji są stosowane w audycie, a standaryzacja w moim przekonaniu jest potrzebna. Zakres standaryzacji zależy od wielkości komórki audytu, ilości prac audytowych, ale przede wszystkim od powtarzalności pewnych procesów i audytów. Jeżeli w ciągu danego okresu czasu kilka razy przeprowadzane są takie same lub zbliżone testy, wówczas warto zastosować elementy standaryzacji, aby przyspieszyć prace audytowe oraz mieć porównywalne rezultaty.

1 Definicja audytu wewnętrznego opracowana przez The Institute of Internal Auditors.

2 https://www.iaa.org.pl/sites/default/files/definicia_kodeks_standardy_pl_en_2017_final.pdf, str.10

Elementy standaryzacji w pracy audytora.

W tabeli poniżej przedstawiłem wybrane elementy standaryzacji, które można zastosować w audycie. Nie jest to zamknięta lista, a jedynie przykłady. Zakres jej stosowania zależy od wielkości audytu, branży, w której funkcjonuje, doświadczenia komórki audytu oraz wielu innych kryteriów. Szczególnie ważne jest eksperymentowanie i próba wdrożenia dopasowanych do danej działalności metod i technik.

L.p.	Elementy standaryzacji	Komentarz
1	Metodologia audytu Spisane zasady dotyczące między innymi: – uniwersum audytu – oceny ryzyka – zasad przeprowadzania audytu – zasad dokumentowania prac audytowych – zasad dotyczących monitorowania słabości – zasad dotyczących próbkowania	Metodologia audytu jest jednym z przykładów standaryzacji. Opisane w niej ramy dotyczące audytu stanowią pewne wytyczne dotyczące postępowania w danym zadaniu audytowym. Wydaje się, że stanowi podstawowy dokument, którym kieruje się audytor w codziennej pracy. Niemniej jednak, zgodnie ze Standardem 2040, Zasady i procedury, forma i zawartość tych procedur może się różnić w zależności od wielkości i struktury audytu wewnętrznego. Taka interpretacja standardu sprawia, że porównanie się do innej jednostki, nawet w branży może być trudne.
2	Szablony (ang. template) Opracowane najczęściej w programie excel ustandaryzowane procedury dotyczące testowania lub zarządzania projektem audytowym. Poniżej przykłady:	
a)	Szablony dotyczące próbkowania. Na podstawie ustalonych parametrów (np. poziom ufności, wielkość populacji, oczekiwany poziom błędów, dopuszczalny poziom błędów) wyznacza się wielkość próby potrzebnej do ekstrapolacji wyników na całą populację.	Szablony dotyczące próbkowania można spotkać zarówno w pracy audytora wewnętrznego jak i zewnętrznego.
b)	Tablica kanban do zarządzania projektem audytowym.	Tablica kanban, jeżeli jest stosowana we wszystkich projektach audytowych to stanowi element standaryzacji. Dzięki zastosowaniu tablicy możliwa jest wizualizacja postępów pracy projektu audytowego.
c)	Szablon dotyczący dokumentowania zadania audytowego	Jeden wzór (np. w programie WORD) dotyczący dokumentowania testów audytowych.
d)	Lista kontrolna (ang. check list) dotycząca procedur audytowych do wykonania w ramach danego testu audytowego.	Spisane kroki i zadania, jakie należy wykonać w ramach danego testu audytowego (np. badania zobowiązań lub należności).

Przed nami 20. rocznica działania IIA w Polsce

Rok 2022 to Jubileusz IIA Polska. Konferencja zaplanowana jest na 08-10 czerwca 2022 r. Tematem przewodnim konferencji jest „20 lat IIA w Polsce. Innowacja, antykruchłość, odporność – przyszłość zaczyna się teraz! ”

Jedną z inicjatyw Instytutu będzie udokumentowanie osiągnięć i dorobku, jaki został zbudowany dzięki naszej wspólnej pracy. Chcemy Was zachęcić do podzielenia się wspomnieniami, zdjęciami, informacjami, które możecie przysłać na specjalnie w tym celu utworzony adres e-mail: historia@iia.org.pl Szczególnie zapraszamy osoby, które pełniły funkcje w organach Instytutu, Kołach Regionalnych, a także osoby, które włączyły się w organizację konferencji, spotkań i innych, istotnych wydarzeń. Mamy nadzieję, że, szczególnie w tym ciężkim czasie pandemii, pozwoli to – z Waszą pomocą – na zgromadzenie istotnego materiału, który stanie się dobrym podsumowaniem naszej pracy



ZOSTAŃ PARTNEREM

Jubileuszowej Konferencji IIA Polska 2022!

Udział w roli Partnera to wyjątkowa okazja do zaprezentowania doświadczeń oraz rozwiązań swojej firmy!

Kontakt: Katarzyna Celińska k.celinska@iia.org.pl

Branżowe Koło Finansowe czeka na nowego Koordynatora

jeśli chcesz działać w IIA Polska, Twoją działalnością jest szeroko rozumiany sektor finansowy (w tym bankowość i ubezpieczenia), stawiasz na wymianę doświadczeń i pomysłów, to funkcja Koordynatora jest dla Ciebie! Zainteresowane osoby prosimy o kontakt z biurem IIA Polska: office@iia.org.pl

Współpraca z uczelniami

Instytut Audytorów Wewnętrznych IIA Polska prowadzi aktywną współpracę z uczelniami wyższymi. Poprzez zawarte umowy o współpracy w praktyczny sposób wspólnie promujemy audyt wewnętrzny. Budujemy lepszą przyszłość na takich uczelniach jak:

- Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
- Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
- Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi
- Wojskowa Akademia Techniczna w Warszawie
- Uniwersytet Białostocki
- Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna w Warszawie
- Wyższa Szkoła Gospodarki w Bydgoszczy
- Uniwersytet Wrocławski
- Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie
- Centrum Kształcenia Podyplomowego Uczelni Łazarskiego (CKP)
- Szkoła Główna Handlowa w Warszawie



Zapraszamy również do zapoznania się z programem współpracy IIA Global z uczelniami wyższymi, dostępnym na stronie IIA Polska. (Link na końcu) Przeprowadziliśmy wstępne badanie i okazało się, że na ponad czterdziestu uczelniach wyższych w Polsce prowadzone są studia podyplomowe z audytu wewnętrznego. Możemy się równocześnie pochwalić, że na kilku z nich IIA Polska objęło te studia patronatem. Ale możliwy jest nie tylko patronat nad studiami i nie tylko IIA Polska. Przedstawiamy program Międzynarodowego Instytutu Audytorów Wewnętrznych The IIA, kierowany do uczelni wyższych prowadzących lub zamierzających prowadzić studia z audytu wewnętrznego. Akademicki Program Audytu Wewnętrznego IIA (Internal Audit Academic Awareness Program) rozpoznaje uniwersytety prowadzące studia dotyczące audytu wewnętrznego oraz prowadzące samodzielne kursy/ programy dotyczące audytu wewnętrznego, takie jak zasady audytu wewnętrznego czy audyt operacyjny. Takie programy wprowadzają studentów w zagadnienia związane z zawodem audytora wewnętrznego oraz opisują działania osoby rozpoczynającej swoją karierę w zawodzie audytora wewnętrznego. Zachęcamy do zapoznania się ze szczegółami programu oraz informacjami dotyczącymi możliwości nawiązania współpracy między uczelniami a Międzynarodowym Instytutem Audytorów Wewnętrznych The IIA. www.iaa.org.pl/o-nas/wspolpraca-z-uczelniami

Miło nam poinformować o podpisaniu umowy patronackiej pomiędzy Szkołą Główną Handlową w Warszawie a Instytutem Audytorów Wewnętrznych IIA Polska. Szkoła Główna Handlowa w Warszawie uruchomiła dwa kierunki studiów:

„Rachunkowość i kontrola w sektorze publicznym”

Studia mają na celu przygotowanie do pracy w służbach finansowo-księgowych jednostek sektora finansów publicznych oraz w zespołach kontroli wewnętrznej (audytu) i w jednostkach wykonujących funkcje kontrolne.

„Audyt Śledczy – Rachunkowość i Kontrola”

Studia adresowane są do osób pragnących pracować w obszarze audytu śledczego i dają możliwość zdobycia unikatowych kompetencji kluczowych dla profesjonalnego prowadzenia audytu śledczego.

Więcej informacji: <https://www.iaa.org.pl/aktualnosci/studia-podyplomowe-w-szkole-glownej-handlowej-w-warszawie-pod-patronatem-iaa-polska>

Nie zapomnij o złożeniu raportu godzin CPE za 2021 rok

Od tego roku raportowanie godzin CPE jest możliwe na 100 dni przed końcem roku. Dlatego aby utrzymać certyfikat aktywny, i móc posługiwać się tytułem certyfikowanego audytora, już dzisiaj złóż raport. Raportowanie godzin odbywa się poprzez system CCMS. Dla tych, którzy będą w tym roku raportowali po raz pierwszy, kilka odpowiedzi poniżej i w linku. Po zalogowaniu się do systemu CCMS po prawej stronie, przy informacji o posiadanym certyfikacie, pojawi się żółty/pomarańczowy (w zależności od przeglądarki) pasek przekierowujący do raportu godzin CPE. Po przekierowaniu pojawi się informacja zawierająca potwierdzenia (attestations) oraz przycisk „Continue”, który należy kliknąć. Dla osób posiadających więcej niż jeden certyfikat wcześniej pojawi się okienko do wybrania certyfikatu i rodzaju raportowania. Po kliknięciu „Continue” nastąpi przekierowanie do płatności. Prosimy o dokładne sprawdzenie, czy podana kwota zgadza się z posiadanymi certyfikatami i statusem członkowskim. Następnie należy potwierdzić „billing address” oraz wybrać metodę płatności (sugerujemy kartę;



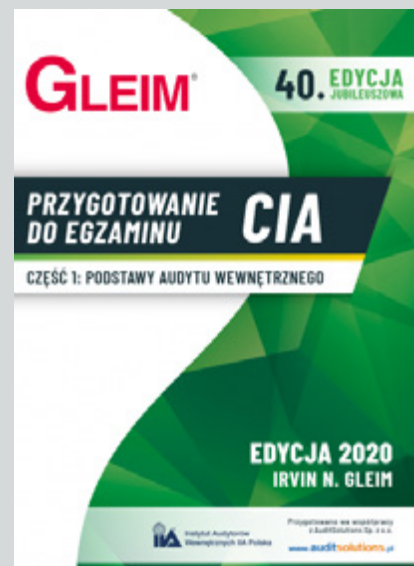
kredytową/ debetową; z możliwością dokonywania płatności online). Po podaniu danych karty i dokonaniu płatności pojawią się kolejne okienka, w których należy uzupełnić informacje. W jednym z okienek pojawi się również pytanie dotyczące wpisania osoby certyfikowanej do rejestru osób certyfikowanych (więcej o rejestrze w [linku](#)). Zgłoszenie do rejestru jest dobrowolne. Dodatkowe informacje na stronie IIA Global.

Podręcznik CIA® cz. I edycja 2020

– oferta dla Członków IIA Polska przedłużona do końca roku!

Podręcznik I. Gleim'a, edycja 2020 wg nowego sylabusu, w języku polskim, przygotowujący do egzaminu CIA® cz. I – „Podstawy Audytu Wewnętrznego”. Osoby zainteresowane zamówieniem podręcznika proszone są o wypełnienie i przesłanie podpisanego formularza skanem na adres e-mail: office@iia.org.pl

<https://www.iia.org.pl/publikacje/podrecznik-ciar-cz-i-ed-2020>



Oferty pracy

Zachęcamy do odwiedzenia zakładki Oferty pracy na stronie IIA Polska. Pracodawców zapraszamy do umieszczania w tej zakładce ogłoszeń o pracy dla audytorów.

<https://www.iia.org.pl/czlonkostwo/oferty-pracy>



SZKOLENIA IIA POLSKA KLUCZEM DO SUKCESU!

Na drodze rozwoju warto mieć zaufanego przewodnika. IIA Polska oferuje szkolenia z różnych obszarów audytu oraz zagadnień pokrewnych niezbędnych w pracy audytora. Przekazuje wiedzę i umiejętności w sposób ciekawy, a zarazem bardzo profesjonalny. Zajęcia koncentrują się na przekazaniu praktycznej wiedzy, która, mamy nadzieję, jeszcze bardziej zwiększy efektywność i profesjonalizm ich uczestników. Szkolenia prowadzone są przez wybitnych ekspertów

– praktyków posiadających wieloletnie doświadczenie. Zapraszamy do zapoznania się z ofertą. Wierzymy, że szkolenia oferowane przez IIA Polska pomogą Państwu podnosić swoje kwalifikacje, jak również pokierować swoją karierą w taki sposób, aby podejmować nowe wyzwania i osiągać zamierzone cele zawodowe. Zapraszamy!

www.iaa.org.pl/szkolenia

E-learning: Etyka dla audytora
www.olgapetelczyc.pl/e-learning
#AUDITTALKS





80

80. ROCZNICA POWSTANIA IIA GLOBAL

Całe środowisko audytorów wewnętrznych świętuje powstanie instytucji, która od 80. lat prowadzi, współpracuje, wspiera, uczy oraz doradza audytorom wewnętrznym. 9 grudnia 1941 r. 11 założycieli powołało do życia Instytut Audytorów Wewnętrznych (IIA).

To IIA wprowadził zasady odpowiedzialności audytora wewnętrznego, Kodeks Etyki, programy certyfikacyjne podnoszące kwalifikacje audytorów. Zbudował Standardy audytu wewnętrznego, almanach wiedzy i wytyczne prawidłowego działania audytu wewnętrznego.

Założyciele IIA mieli wizję tego, jak powinien działać audyt wewnętrzny, rozwijali tę wizję i dążyli do jej realizacji. Patrząc na to, jak przez tych 80 lat rozwinął się i Instytut i zawód audytora, widać, że im się udało.

Świętujemy 80-lecie IIA, organizacji, która z zespołu 11 członków-założycieli rozrosła się do międzynarodowej instytucji, rozpoznawalnej na całym świecie, zrzeszającej ponad 200 tysięcy członków, w niemal 200 instytutach krajowych.

Chcesz poznać bliżej historię IIA? Zachęcamy do przeczytania bloga Richarda Chambers'a

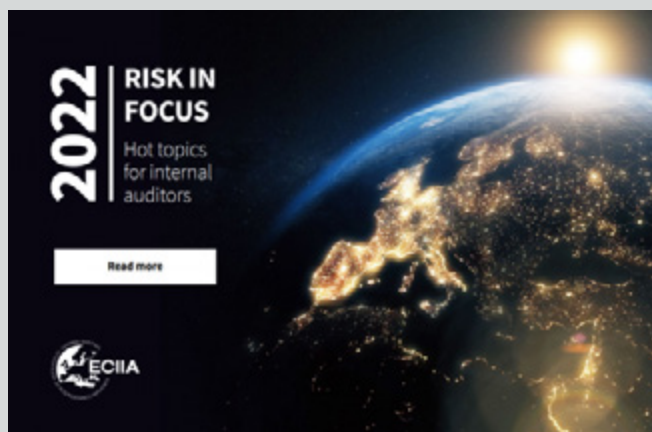
[The IIA at 80: A Legacy of Leadership, Collaboration, and Advocacy – Richard Chambers](#)

Raport ECIIA – Risk in Focus 2022

Podczas gdy pandemia koronawirusa nadal przeszkadza w bieżących działaniach firm, kolejna edycja raportu ECIIA Risk in Focus podkreśla zmiany klimatyczne jako rosnące ryzyko w przyszłości.

Risk in Focus 2022, rok po roku, śledzi ryzyko stojące przed organizacjami według rankingu stworzonego na podstawie informacji zebranych od ponad 700 zarządzających audytem wewnętrznym (CAE) reprezentujących szereg organizacji, w tym wiodące przedsiębiorstwa, organizacje sektora publicznego i organizacje pozarządowe z całej Europy. Zachęcamy do lektury.

[Link](#)



Przewodnik po audytowaniu działań antykorupcyjnych

Na całym świecie korupcja jest zagrożeniem zarówno dla przedsiębiorstw jak i rządów oraz dotyczy organizacji, osób prywatnych i urzędników publicznych. Niniejszy przewodnik pomaga określić rolę audytu wewnętrznego w działaniach antykorupcyjnych, które podejmują organizacje.

Więcej informacji w [linku](#).



Zaktualizowany program CRMA wystartował!

Aby dotrzymać kroku dynamicznej rozwijającemu się globalnemu środowisku ryzyka, The IIA uruchamia zaktualizowany program CRMA®, aby odzwierciedlić rzetelną wiedzę organizacyjną i zaawansowane zestawy umiejętności, które są wymagane do zapewnienia skutecznego zarządzania ryzykiem. Do 31 grudnia 2021 r. nowe aplikacje do programu CRMA są zwolnione z opłat.

Więcej informacji w [linku](#).



Jak dobrze Twoja organizacja radzi sobie z cyberodpornością

We współpracy z The University of Queensland w Australii, zapraszamy audytorów IT, CISO, CIO, CTO, cyberarchitektów i innych specjalistów do wypełnienia krótkiej ankiety dotyczącej cyberodporności organizacji. „Jak dobrze Twoja organizacja radzi sobie z cyberodpornością?” Weź udział w ankiecie, a my obliczymy wynik odporności cybernetycznej Twojej organizacji.

Więcej informacji: [Link](#)