

STRATEGIA IIA POLSKA NA LATA 2016-2020

WIZJA

Przywódcztwo w propagowaniu funkcji audytu wewnętrznego w Polsce. Audyt wewnętrzny, jako skuteczne i efektywne narzędzie zarządzania wykorzystywane przez kadrę zarządzającą we wszystkich gałęziach gospodarki RP.

MISJA

Lider w propagowaniu wiedzy o audycie oraz najlepszych praktykach i standardach zarządzania.

Lider w zakresie usług edukacyjnych w obszarze audytu wewnętrznego w Polsce.

Lider szkolenia z zakresu certyfikowanych kursów dla audytorów wewnętrznych oraz obszarów niezbędnych do prowadzenia skutecznego i efektywnego audytu wewnętrznego.

Partner dla instytucji publicznych oraz sektora prywatnego w obszarze wiedzy eksperckiej o audycie oraz najlepszych praktykach i standardach zarządzania.

ZAŁOŻENIA STRATEGII ZARZĄDU IIA POLSKA NA LATA 2016-2020

1. Strategia promuje idee i zasady określone w statucie Instytutu Audytorów Wewnętrznych IIA Polska (dalej IIA Polska).
2. Strategia została skonstruowana w oparciu o wizję i misję, analizę klientów i partnerów IIA Polska oraz analizę SWOT.
3. Strategia koncentruje się na celach zdefiniowanych w oparciu o analizę dorobku IIA Polska, potrzeb środowiska audytorów wewnętrznych oraz możliwości finansowych i organizacyjnych Instytutu.
4. Strategia określa główne inicjatywy i sposoby ich realizacji w odniesieniu do zdefiniowanych celów.
5. Strategia jest zbudowana w oparciu o 4 główne perspektywy strategiczne (edukacja, promocja zawodu, rozwój Instytutu oraz integracja środowiska audytorów).
6. Strategia definiuje na okres 5 lat:
 - a. Cele strategiczne,
 - b. Cele operacyjne,
 - c. Działania,
 - d. Powiązania oraz wpływ pomiędzy poszczególnymi celami i działaniami,
 - e. Produkty,
 - f. Mierniki,
 - g. Wskaźniki
7. Strategia jest dokumentem syntetycznym i będzie podlegała okresowej (nie rzadziej niż na 12 miesięcy) weryfikacji przez Zarząd IIA Polska.
8. Sprawozdanie z realizacji Strategii będzie przedstawiane przez Zarząd na Walnym Zebraniu Członków Instytutu.

KIERUNKI STRATEGICZNE IIA POLSKA

1. PROMOCJA ZAWODU

- 1.i. Cel strategiczny: Wzmocnienie wizerunku oraz zwiększenie świadomości dotyczącej zawodu audytora wewnętrznego;
 - 1.i.1. Cele operacyjne:
 - 1.i.1.a. Zwiększenie wagi certyfikatów IIA w ocenie klientów audytu;
 - 1.i.1.b. Zwiększenie świadomości roli funkcji audytu wewnętrznego w organizacjach oraz wagi zawodu audytora wewnętrznego.
- 1.ii. Cel strategiczny: Wzmocnienie roli audytorów wewnętrznych w systemie ładu organizacyjnego;
 - 1.ii.1. Cele operacyjne:
 - 1.ii.1.a. Promowanie dobrych praktyk w zakresie audytu wewnętrznego, w szczególności zasad etycznego postępowania.
 - 1.ii.1.b. Wzmocnienie funkcji audytu wewnętrznego w istniejącym prawodawstwie.

2. ROZWÓJ INSTYTUTU

- 2.i. Cel strategiczny: Upowszechnianie i wzmocnienie wizerunku Instytutu w Polsce;
- 2.ii. Cele operacyjne:
 - 2.ii.1. Zwiększenie roli Instytutu w tworzeniu prawa;
 - 2.ii.2. Zwiększenie rozpoznawalności Instytutu.
- 2.iii. Cel strategiczny: Utrzymanie finansowej stabilności Instytutu;
- 2.iv. Cele operacyjne:
 - 2.iv.1. Zwiększenie liczby członków;
 - 2.iv.2. Zmniejszenie fluktuacji członków;
 - 2.iv.3. Zwiększenie zysku z realizacji szkoleń i konferencji;
 - 2.iv.4. Wdrożenie usługi oceny i zapewnienia, jakości audytu;
 - 2.iv.5. Pozyskiwanie do realizacji celów statutowych partnerów i sponsorów.

3. INTEGRACJA ŚRODOWISKA AUDYTORÓW

- 3.i. Cel strategiczny: Wsparcie członków w realizacji ich celów zawodowych zgodnych z celami Instytutu;
- 3.ii. Cele operacyjne:
 - 3.ii.1. Pośrednictwo pracy;
 - 3.ii.2. Stworzenie platformy wymiany wiedzy i doświadczeń;
 - 3.ii.3. Wsparcie i rozwój kół regionalnych i branżowych;
 - 3.ii.4. Zwiększenie, jakości i dostępności kanałów informacyjnych.

4. EDUKACJA

4.i. Cel strategiczny: Osiągnięcie statusu lidera w zakresie usług edukacyjnych w obszarze audytu wewnętrznego w Polsce;

4.i.1. Cele operacyjne:

4.i.1.a. Stworzenie stałej i bogatej oferty szkoleniowej;

4.i.1.b. Uruchomienie programów szkolenia do certyfikatów IIA;

4.i.1.c. Podnoszenie kompetencji i kwalifikacji audytorów oraz zawodów pokrewnych;

4.i.1.d. Podniesienie poziomu kształcenia w zakresie audytu wewnętrznego na uczelniach wyższych.

4.ii. Cel strategiczny: Osiągnięcie statusu lidera w publikacjach z zakresu audytu wewnętrznego w Polsce;

4.ii.1. Cele operacyjne:

4.ii.1.a. Stale aktualizowana oraz rozszerzana oferta wydawnicza (bezpłatna i płatna) w obszarze audytu wewnętrznego.