

CERTYFIKATY DLA BIZNESU



Certyfikat dla firmy – warto czy nie?

W dobie współczesnej gospodarki rynkowej oraz ogromnej konkurencji, coraz trudniej utrzymać przedsiębiorstwom wyrobioną już markę. Firmy mogą zapewnić sobie przewagę konkurencyjną nie tylko poprzez atrakcyjność technologiczną, cenową czy organizacyjną, ale również uczestnicząc w prestiżowych programach, konkursach czy inicjatywach gospodarczych, które przyczyniają się do podniesienia ich wiarygodności. Firma przystępując do takich programów ma z świadomością, że w wyniku przeprowadzenia przez organizatorów działań promocyjnych i weryfikacyjnych jest w stanie dużo zyskać.



Dr Mieczysław Bąk

przewodniczący Komisji Ogólnopolskiej Programu „Przedsiębiorstwo Fair Play”, prezes Fundacji „Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym”

nia kolejnych certyfikatów i nagród, które w wielu przypadkach po prostu można „kupić”. A nie na tym przecież powinno to polegać.

Rzetelna weryfikacja wzmacnia prestiż certyfikacji

W tego typu działaniach ważne jest, aby uzyskany certyfikat faktycznie był poświadczeniem osiągnięcia określonego, wysokiego poziomu, a później jego utrzymywania. Jeżeli certyfikat można otrzymać za przesłanie zgłoszenia i wypełnienie dokumentów, których nikt nie weryfikuje, to jego wartość ulega obniżeniu lub wręcz negacji. Za certyfikatem powinno kryć się coś więcej niż tylko kolorowe logo. Na otrzymany tytuł przedsiębiorstwo powinno zapracować i bez zarzutu przejść szczegółową weryfikację. Powstawanie nowych

konkursów i plebiscytów nie osłabia jednak znaczenia tych, które przez lata zapracowały sobie na renomę wśród przedsiębiorców. Możliwość wyboru sprawia, że przedsiębiorcy decydują się właśnie na uczestnictwo w inicjatywach rzetelnie realizowanych i cieszących się prestiżem, a więc przynoszących im konkretne i wymierne korzyści. W 1998 roku jako Fundacja „Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym” podjęliśmy wyzwanie, jakim była realizacja pierwszej edycji Programu Promocji Kultury przedsiębiorczości „Przedsiębiorstwo Fair Play”. W tym roku mija już 20 lat od zorganizowania przez Instytut pierwszej edycji Programu. W latach 1998 – 2016, w trakcie 19 zrealizowanych edycji programu: nadeszło do nas ponad 10 tys. zgłoszeń od ponad 2900 firm (licząc każdą jeden raz, wiele z nich uczestniczy wielokrotnie w programie) z całej Polski. Prawie trzy tysiące firm uznało, iż certyfikacja przynosi znaczące korzyści i warto brać w niej udział. Do tej pory przyznaliśmy ponad 9 tys. certyfikatów „Przedsiębiorstwo Fair Play”. Obecnie trwa XX edycja, w której wciąż pozyskujemy nowe, niezwiązane wcześniej z programem przedsiębiorstwa. Od-

powiedz na pytanie czy certyfikacja faktycznie opłaca się firmom kryje się za liczbą biorących w niej udział przedsiębiorstw oraz rekomendacjami laureatów.

Korzyści dostrzegane przez uczestników certyfikacji

O korzyściach certyfikacji zaświadczyć mogą przede wszystkim ich wielokrotni uczestnicy. Co roku rozmawiamy z laureatami naszego programu, na temat tego, co nowego powinniśmy wprowadzić do certyfikacji, czego oczekują od nas przedsiębiorcy, za co cenią nasze przedsięwzięcie i jak wykorzystują przyznany certyfikat. Jednym z ważniejszych czynników przekładających się na sukces firmy uczestniczącej w danej certyfikacji jest skuteczna promocja zarówno samego przedsięwzięcia jak i jego uczestników i laureatów. Przedsiębiorcy wskazują na fakt, iż „uzyskany tytuł stanowi jeden z elementów wzmacniających wizerunek firmy, co z kolei pozytywnie przekłada się na jej postrzeganie, a w następstwie sprzedaż produktów. (mówiła Magdalena Karcz, rzecznik prasowy PPF Hasco-Lek S.A.). Przedsiębiorcy cenią również siłę motywacyjną płynącą z udziału w certyfikacji „Otrzymanie tytułu

to motywacja do jeszcze większych działań oraz utrzymania tak wysokiej pozycji, którą osiągnęliśmy dzięki naszej wspólnej pracy” (informował Jan Białas, prezes parządu „ZIEM-BUD” Sp. z o.o.). Firmy z chęcią korzystają z możliwości posługiwania się logotypem programu w materiałach promocyjnych „przykuwa on uwagę i budzi pozytywne skojarzenia. To dobry punkt wyjścia do rozmów z partnerami biznesowymi” (deklarowała Anna Sinko, Zespół Elektrowni Wodnych Niedzica). Certyfikacja, pod warunkiem prowadzenia jej w sposób rzetelny oraz oparty na szczegółowej weryfikacji firm, wyznacza standardy dla przedsiębiorców, uczy i pomaga wprowadzać zmiany w przedsiębiorstwach. Wspomaga rozwój i zwiększa szanse na rynku. Rozpoznawalny certyfikat wzmacnia wizerunek, buduje zaufanie, ułatwiając nawiązywanie współpracy z organizacjami społeczności lokalnej i regionalnej. W naszej certyfikacji są przedsiębiorstwa uczestniczące w programie od 18, nawet 19 lat! Gdyby certyfikaty nie miały faktycznej wartości i nie owocowały wymiernymi korzyściami dla firm certyfikacja nie cieszyłaby się tak dużą, coroczną popularnością.

W ostatnich latach powstało wiele firm certyfikujących różne działania, tym samym pogorszyła się opinia o tego typu projektach. Głównym powodem tego stanu rzeczy jest przede wszystkim brak rzetelnej weryfikacji, a co za tym idzie łatwość zdobywa-

Nieustannie ewoluujący rynek certyfikacji informatycznej

Certyfikacja kompetencji i umiejętności towarzyszy rozwojowi branży IT praktycznie od początku jej istnienia. Rozwój tej branży opiera się głównie na czynniku ludzkim, wprowadzającym coraz to nowe innowacje. Jednak upowszechnienie tych innowacji wymaga zastępów wykwalifikowanych informatyków, którzy sprawnie włączają je do codziennej praktyki, tj. programistów, projektantów aplikacji, usług i serwisów internetowych, grafików, specjalistów ds. bezpieczeństwa itd.

dr inż. Wojciech Donderowicz

kierownik krajowej edycji programu certyfikacji EITC/EITCA

Skąd biorą się Ci ludzie? Branża informatyczna należy do branż najbardziej niedoreprezentowanych w zakresie potencjału siły roboczej, a w tym przypadku raczej siły intelektualnej. W przyspieszającej informatyzacji wszelkich aspektów naszego życia, zarówno w krajach wysoko rozwiniętych, jak i w rozwijających się, obserwuje się obecnie narastający deficyt kompetentnych inżynierów IT. To właśnie dlatego studia informatyczne nieprzerwanie już od dziesięcioleci na całym świecie cieszą się najwyższymi wskaźnikami kandydatów na jedno dostępne miejsce (co np. w Polsce stanowiło istotny czynnik rozwoju szkolnictwa niepublicznego i rosnącej liczby nowopowstałych prywatnych szkół wyższych, w których dużą popularnością cieszą się studia związane z informatyką, nie tylko tą inżynierską, ale wizualną, biznesową czy administracyjną).

Kompetencje IT

Nic także nie zapowiada, żeby trend wzrastającego zapotrzebowania na informatyków (co przekłada się także na ich dobre pozycje zarobkowe

na rynku pracy) uległ w przyszłości zmianie. Wynika to z prostego zjawiska. Otóż im więcej jest aktywnych na rynku pracy informatyków, tym szerzej staje się upowszechnienie informatyzacji (we wszystkich branżach) i tym więcej pojawia się innowacji informatycznych, co jest naturalną pochodną rosnącej konkurencyjności. Jednak im więcej jest innowacji informatycznych (coraz to nowych aplikacji, ciekawszych, bardziej przemyślanych i czyniących życie wygodniejszym, a pojawiających się chyba nawet szyb-

ciej, niż grzyby po deszczu – kto zliczy ile pojawiło się takich w ciągu ostatnich kilku lat wśród Snapchatów, Tumblrów, Tinderów, WhatsAppów, Instagramów i innych im podobnych lub bardziej specjalistycznych?) – tym większa podaż pracy dla informatyków, gdyż rozwijające swoją działalność firmy (nie tylko te informatyczne) poszukują specjalistów IT włączających nowe techniki informatyczne do ich praktyki rynkowej.

Czy to jeszcze informatycy?

Jako dobry przykład tego procesu można wskazać chociażby ogromną rewolucję w na pierwszy rzut oka niepowiązanej ściśle z informatyką branży reklamy i marketingu. Jeszcze kilka lat temu budżety reklam internetowych były wielokrotnie niższe niż budżety reklam w tradycyjnych mediach (takich jak prasa, telewizja, kampanie wielkoformatowe). Właśnie ze

względu na przyspieszającą informatyzację, sytuacja ta uległa całkowitemu odwróceniu – obecnie to budżety reklam internetowych, obejmujących zaawansowane techniki kontekstowo-demograficzne, remarketingowe (biegające za nami reklamy produktów, które oglądaliśmy) czy reklamy społecznościowe w serwisach takich jak Google, Facebook czy Twitter deklansują budżety tradycyjnych nośników reklam. Oczywiście do upowszechnienia stosowania tych technik konieczni byli i będą informatycy. Nie zawsze są to jednak osoby po profilowanych informatycznych studiach wyższych, ale obecnie coraz częściej specjaliści w swoich dziedzinach, którzy nabyli odpowiednie kompetencje IT. Sprzyja temu faktyczna interdyscyplinarność sektora IT. Kto bowiem jest lepszy: informatyk-grafik czy grafik-informatyk, albo informatyk-marketingowiec, czy odwrotnie? Nie ma tu

uniwersalnej odpowiedzi, ale okazuje się, że często to właśnie osoby niezwiązane ściśle wykształceniem z informatyką, tylko specjaliści w swoich własnych obszarach, np. marketingu czy projektowania wizualnego, wyposażeni w nowoczesne kwalifikacje IT stają się siłą napędową (i ogromnym atutem) w rozwoju firm.

Dlaczego certyfikacja?

Właśnie naprzeciw takiej sytuacji wychodzi ewoluujący ciągle rynek certyfikacji informatycznej. Mogę z całą odpowiedzialnością stwierdzić, że certyfikacja IT jako element dodatkowego formalnego poświadczenia posiadanych kwalifikacji zawodowych jest wartościową inwestycją we własny rozwój. Być może w mniejszym stopniu potrzebną dyplomowanym informatykom po studiach, ale przede wszystkim przydatną specjalistom w innych obszarach, stwarzającą pomost pomiędzy ich obecną wiedzą i umiejętnościami, a światem cyfrowym. Dla takich osób certyfikacja informatyczna często jest tą najszybszą i najwygodniejszą drogą do formalnego poświadczenia ich kwalifikacji IT, co może stać się czynnikiem decydującym w konkurencji na rynku pracy, w planach awansowych w korporacjach, czy też w osiągnięciu sukcesu we własnej działalności gospodarczej.

Tak więc niezależnie od tego w jakiej branży pracujemy i jaki certyfikat informatyczny wybierzemy, w dzisiejszym, silnie z informatyzowanym świecie – warto go mieć. Może okazać się tym szczególnym, pozornie nieistotnym, dodatkiem w CV, który przełoży się na naszą korzyść w punkcie zwrotnym kariery zawodowej.



Ekspert bez certyfikatu to nie ekspert?

Na hasło „jak zostać ekspertem”, Google podpowiada ponad 2 miliony wyników, z czego przytłaczająca większość dotyczy budowania marki osobistej. Wniosek – ekspertem faktycznie może zostać każdy.



Anna Wicha

dyrektor generalny Adecco Poland

Nie ma przy tym znaczenia dziedzina – internet jest pełen specjalistów wypowiadających się na tematy od mody i stylu życia aż do technologii informatycznych, wychowywania dzieci i żywienia. W praktyce etykieta „eksperta” coraz częściej oznacza kogoś, kto potrafi się wypromować, zrobić wokół siebie dużo szumu i rzu-

cić kilka chwytliwych, budzących emocje cytatów.

Weryfikacja

Tym samym można zostać specjalistą w jakiejś dziedzinie bez posiadania w niej większych umiejętności. Te z kolei weryfikuje rynek. Albo certyfikat.

Rola certyfikatów jest szczególnie widoczna w branży IT. Umiejętności potencjalnych pracowników lub firm są trudne do weryfikacji na poziomie rozmowy biznesowej czy rekrutacyjnej. Specjalistom od rekrutacji czasami brakuje wiedzy oraz warunków, aby odpowiednio przetestować kandydata, a tematyka bardzo często jest hermetyczna i jedynie prawdziwy ekspert jest w stanie zweryfikować słowa innego specjalisty.

Dlatego w czasach budowania marki osobistej na bazie setek hashtagów przy zdjęciach z branżowych eventów oraz wypowiedzianiu przy każdej możliwej okazji, stojąc na stanowisku, że ekspert bez certyfikatu to nie ekspert.

Certyfikat zawsze się znajdzie

Obecnie każdy większy dostawca technologii oferuje swoim partnerom lub wdrożeniowcom możliwość otrzymania certyfikatu potwierdzającego ich kompetencje. Przykładem mogą być takie firmy jak SAP, Microsoft czy RedHat, które w specjalnych programach potwierdzają kompetencje specjalistów zajmujących się wdrażaniem lub obsługą oferowanych technologii. Spółki, które korzystają z tego typu rozwiązań nie mogą pozwolić sobie na przestoje lub awarie wywołane niekompetencją administratorów, dlatego zdecydowanie chętniej sięgną po człowieka mającego stosowne certyfikaty.

Programy certyfikacyjne, zarówno dla agencji jak i dla specjalistów oferuje także firma Google. Obsługą reklam Google AdWords może zająć się każda firma. Gdy jej kompetencje potwierdza sam Google, nie pozostaje wiele miejsca na wątpliwości.

Jedną z najpopularniejszych i najczęściej wybieranych umiejętności na portalu LinkedIn są „Social Media”. Umiejętność tą wpisują sobie zarówno ludzie, którzy zajmują się tym całe zawodowe życie, jak i osoby, których kontakt z mediami społecznościowymi to wpisanie jednego posta tygodniowo na firmowym fanpage na Facebooku obserwowanym przez 300 osób.

Arystokracja ekspertów

Certyfikaty działają także na korzyść samych ekspertów. Widać to na wysoce konkurencyjnym rynku firm wdrażających platformę Magento, najpopularniejsza obecnie

technologię wykorzystywaną przez sklepy internetowe. Status srebrnego lub złotego partnera Magento otwiera drzwi do znacznie lepiej płatnych i bardziej prestiżowych zleceń dla dużych klientów. Z drugiej strony z wdrożeniem najprostszego sklepu opartego na tej platformie bez problemu poradzi sobie student informatyki.

Oczywiście samym programom certyfikacyjnym często można wiele zarzucić. Zdarzają się certyfikaty oparte jedynie o test informacji teoretycznych a nie praktycznych umiejętności. Faktem jest jednak, że każdy certyfikat świadczy, że wiedzę i kompetencje danego eksperta potwierdza pewna konkretna instytucja, a im jest większa i bardziej szanowana, tym większą można mieć pewność, że faktycznie jest specjalistą w dziedzinie, o której się wypowiada, a nie tylko w marketingu internetowym i budowaniu wizerunku eksperta.

WPŁYW POSIADANIA CERTYFIKATU NA KONTAKT Z KLIENTAMI I PARTNERAMI

We współczesnej gospodarce i kontaktach biznesowych coraz większe znaczenie posiadają certyfikaty dedykowane firmom. Certyfikat jest elementem wyróżniającym, podnoszącym prestiż. Przedsiębiorstwo, które otrzymuje pozytywne opinie wydawane przez właściwe organa, czy gremia zewnętrzne, staje się postrzegane jako wiarygodny i odpowiedzialny partner.



Łukasz Tłoczyński

prawnik, dyrektor zarządzający
Kancelarii Prawno – Podatkowej
Capital Legis Sp. z o.o. (oddział
w Polsce)

Posiadanie certyfikatu tworzy nowy wizerunek firmy jako organizacji uczciwej i solidnej. Jego zdobycie jest nagrodą za uprzednio przeprowadzoną weryfikację, a także jest impulsem do dalszej pracy, ponieważ certyfikat posiada często określony czas obowiązywania, aż do następnej weryfikacji. Bez wątpienia należy uznać, że doświadczenie w biznesie, kreatywność i zapęd do rozwoju firmy nie wystarczają obecnie do zwrócenia na siebie uwagi,

a co ważniejsze do stania się silniejszym od konkurencji.

Uwiarygodnienie

Potencjalni kontrahenci, badając wybraną firmę, mogą mieć wątpliwości, czytając pozytywne wypowiedzi anonimowych klientów, lub rekomendacje innych, bliżej nieznanych przedsiębiorców. Skąd można mieć pewność co do wiarygodności takich dokumentów, jak list polecający, czy do innych form reklamy? Skąd wiadomo, iż dany podmiot dostarcza towarów lub usług na najwyższym poziomie?

W takich właśnie przypadkach przydatny jest certyfikat. W odróżnieniu od zwykłych rekomendacji za certyfikatem stoi złożona procedura, najczęściej związana z audytem weryfikującym poziom firmy w aspekcie prawnym, czy też pod kątem wymagań stawianych wobec prowadzonej działalności. Certyfikat jako taki nie zmienia wydajności przedsiębiorstwa, ale stanowi potwierdzenie wysokich standardów w nim obowiązujących.

Mimo, że nie jest co do zasady obligatoryjny, to firmy coraz częściej decydują się na różnego rodzaju poświadczenia odnośnie stosowania dobrych praktyk. Właściwie wdrożony system jakości jest zatem inwestycją w rozwój firmy, a pozytywne przejście audytu, potwierdzone wydaniem certyfikatu, to karta przetargowa na rynku.

Na różnych płaszczyznach

Firmy coraz częściej postanawiają zawalczyć o certyfikaty dotyczące procesów produkcji, zarządzania oraz świadczonych usług. Przyczyny takich działań są rozmaite. W niektórych rodzajach branż, jak np. kosmetycznej czy spożywczej, przedsiębiorstwa bez odpowiedniego zaświadczenia są niemal wykluczone z rynku. Certyfikaty są również atutem w relacjach z konsumentami oraz odbiorcami, dla których certyfikacja staje się dowodem na spełnienie oczekiwanych norm jakościowych.

Wybierając daną jednostkę certyfikującą, przedsiębiorstwo powinno zwrócić uwagę na renomę i doświadczenie firmy zajmującej się certyfikacją. Zdobycie certyfikatu nie należy do najprostszyc zadań. Wiąże się ze starannym przygotowaniem firmy i zespołu pracowników w aspekcie parametrów, które będą oceniane przez zewnętrzny podmiot oceniający. Jed-

nak wysiłek podjęty w tym zakresie daje niezaprzeczalne korzyści.

Do głównych zalet certyfikatu należą przede wszystkim: większe szanse na wzmocnienie pozycji na rynku, a także wejście na nowe rynki (np. zagraniczne), zdobycie przewagi w branży, zwiększenie efektywności przedsiębiorstwa, jak również zwiększenie jego prestiżu w środowisku biznesowym. Na koniec, certyfikat buduje cenne zaufanie, zmniejszając dystans wobec klienta i ułatwiając nawiązywanie nowych relacji.

W efekcie głębokiej analizy

Co odróżnia certyfikat od standardowych rekomendacji na stronie internetowej, czy nawet nagród przyznawanych przedsiębiorcom? Certyfikat jest efektem głębokiej analizy i wspomnianego audytu, od przebiegu których to działań zależy decyzja o przyznaniu go, bądź też o decyzji odmownej. Analizę przeprowadza podmiot niezależny, który skupia się na rzetelnej i bezstronnej ocenie w oparciu o zastany stan faktyczny. Gdy audyt zostaje zakończony pozytywnie, przyznany certyfikat staje się również przydatnym argumentem do podjęcia kampanii marketingowej. Chyba wielu kierowników polskich przedsiębiorstw zdaje sobie sprawę jak trudno przebić się z przekazem reklamowym w otaczającym szumie informacyj-

nym. Certyfikat daje okazję na poszerzenie bazy klientów, co więcej, należy podkreślić, iż dla efektywnej reklamy jest narzędziem wręcz idealnym.

Z kolei partnerzy firmy legitymującej się certyfikatem mają świadomość, iż dzięki niemu przeszła ona ewolucję organizacyjną związaną z nowym modelem zarządzania, szkoleniami dla pracowników, czy nowymi standardami pracy. Nieustająca presja rynkowa na podnoszenie jakości i efektywności wymusza zatem na polskich firmach coraz większe zainteresowanie certyfikatami.



Co odróżnia certyfikat od standardowych rekomendacji na stronie internetowej, czy nawet nagród przyznawanych przedsiębiorcom? Certyfikat jest efektem głębokiej analizy i audytu.

Międzynarodowe certyfikaty zawodowe z finansów cenione przez pracodawców w Polsce

Agencje doradztwa personalnego stanowią swojego rodzaju barometr w wychwytywaniu trendów w zatrudnianiu pracowników. Jednym z obserwowanych od kilkunastu lat w Polsce jest rosnące zainteresowanie pracodawców kandydatami posiadającymi międzynarodowe kwalifikacje zawodowe. Jak te kwalifikacje i dlaczego pracodawcy coraz częściej wymieniają je wśród dodatkowych atutów lub nawet wymagań stawianych kandydatom? Poniżej lista tych, o których można najczęściej przeczytać w ogłoszeniach o pracę na stanowiska związane z finansami i rachunkowością. Co się kryje pod tymi tajemniczo brzmiącymi hasłami? Co je łączy?

Anna Kostulska

konsultant rekrutacji stałych
Trenkwalder

ACCA, czyli certyfikat brytyjskiego stowarzyszenia Association of Chartered Certified Accountants, to jedna z najbardziej popularnych kwalifikacji zawodowych wśród finansistów i księgowych. W Polsce za jej odpowiednik niektórzy uznają tytuł biegłego rewidenta, ale ACCA nie skupia się na polskich przepisach, a koncentruje na międzynarodowych standardach sprawozdawczości finansowej oraz strategicznym

zarządzaniu finansami. Aby zdobyć tytuł, kandydaci muszą zdać kilkanaście egzaminów z takich obszarów jak: rachunkowość finansowa, rachunkowość zarządcza, podatki, audyt, prawo. ACCA pojawia się najczęściej w ogłoszeniach o pracę na stanowiska: od księgowego i audytora po dyrektora finansowego i CFO. Im wyższy stopień wtajemniczenia w ACCA, tym wyższe perspektywy kariery. Co ciekawe, często w procesach rekrutacji liczy się dla pracodawcy nie tyle posiadany tytuł ACCA, ale sam fakt zdobywania certyfikatu oraz stopień zaawansowania w zdawaniu egzaminów.

Certyfikaty zawodowe

CIMA, czyli brytyjski Chartered Institute of Management Accountants oferuje równie popularny jak ACCA certyfikat zawodowy dla osób planujących karierę zawodową w finansach i rachunkowości. Egzamin CIMA podzielone są na trzy główne obszary tematyczne tj. rachunkowość finansowa, rachunkowość zarządcza oraz zarządzanie w biznesie. Proces nauki to kilkanaście wymagających anglojęzycznych egzaminów, których zaliczenie zajmuje łącznie nawet ok. 3 lat. Jednakże ani czas, ani trudność egzaminów nie zniechęca polskich kandydatów do zdobycia dyplomu CIMA. Wprost przeciwnie, liczba osób posiadających w Polsce ten certyfikat w ostatnich latach dynamicznie wzrosła. Jest to jednocześnie wprost proporcjonalne do zainteresowania pracodawców kandydatami mogącymi pochwalić się tym tytułem. Stanowiska pracy, na których od kandydatów oczekuje się certyfikatu CIMA to zarówno analityk, czy kontroler finansowy, jak i dyrektor finansowy oraz CFO. Wzrost popularności za-

równy CIMA, jak i ACCA napędzany jest dodatkowo rozwojem firm z sektora SSC/BPO w Polsce. Kandydaci mający jeden z tych certyfikatów mają znacznie ułatwioną ścieżkę kariery w tej branży.

Inne popularne, ale też nieco bardziej wyspecjalizowane tematycznie międzynarodowe certyfikaty to: CIA (Certified Internal Auditor) znany w audycie wewnętrznym, czy CFA (Chartered Financial Analyst) będący przepustką do międzynarodowej kariery w bankowości, zarządzaniu finansami i inwestycjami.

Skąd popularność?

Dlaczego te międzynarodowe certyfikaty zdobyły taką popularność w Polsce? Jedną z przewag nad polskimi kwalifikacjami, czy studiami podyplomowymi jest to, że programy dydaktyczne międzynarodowych certyfikatów tworzone są w konsultacji z pracodawcami i dzięki czemu są bardzo zbliżone do wymagań rynku pracy. Co więcej, nie tylko program nauczania, ale też system egzaminowania został opracowany tak, aby kandydat jak

najlepiej stawiał czoło wyzwaniom zawodowym, bowiem egzaminy nie skupiają się na odtworzeniu wiedzy teoretycznej, ale na sprawdzeniu umiejętności praktycznych kandydata, poprzez rozwiązywanie zadań w oparciu o case study często opisujących problemy biznesowe rzeczywistych firm. Taki system certyfikacji daje zatem pewność, że kandydat jest dobrze praktycznie przygotowany do stojących przed nim wyzwań zawodowych.

Co ciekawe, wszystkie wymienione międzynarodowe certyfikaty stawiają też duży nacisk na etykę w biznesie. Profesjonalizm, międzynarodowe standardy, umiejętności praktyczne i etyka, to główne wyznaczniki międzynarodowych certyfikatów ACCA, CIMA, CIA i CFA. Jednocześnie są to cechy poszukiwane przez pracodawców w procesach rekrutacji liderów biznesu w branży finansowej. W dobie rosnących w Polsce problemów z niedopasowaniem kandydatów do wymagań stawianych przez pracodawców, międzynarodowe certyfikaty uzupełniają tę lukę.