



CASE STUDY

STUDIU DE CAZ
"Ce inseamna un ,bun' contabil?"

Autor

Andrei Badiu, MBA, ACCA

Partener 3B EXPERT AUDIT

Membru din Romania al RUSSELL BEDFORD INTERNATIONAL

2012

Pentru

Corpul Contabililor Autorizati si Expertilor Contabili.

In memoriam prof. univ. dr. Marin Toma, presedinte CECCAR

Cuprins

Rezumat / Introducere	3
Despre firma noastra si reseaua noastra internationala	4
Intrebarea	5
Totul a inceput cand	6
"Decalajul"	7
Perceptii	8
"Un contabil bun" si Generatia "Y"	9
Incheiere	11
Partea amuzanta	12
Bibliografie	13
Anexe	14
Contact	19

Rezumat/Introducere

Ce inseamna un 'bun' contabil?

Prezentul studiu de caz a inceput ca un simplu raspuns la aceasta intrebare. De fapt, initial, intrebarea era chiar mai simpla, astfel:

Ce este un contabil?

Atunci, se pot naste mai multe intrebari. Cum percep oamenii un contabil? Care este primul cuvant pe care il folosesc oamenii pentru a descrie un contabil? Iar intrebarile pot continua.

Cu toate acestea, lucrarea de fata a devenit o metoda nestiintifica de a discuta despre profesia de contabil si viitorul sau in termeni de cum este perceputa si daca implementarea aptitudinilor sociale (people skills) si a uneltelor de marketing ar avea un impact pozitiv asupra intregii profesii.

"Daca te caracterizeaza integritatea, responsabilitatea, lucrul in echipa, excelenta si gandirea proactiva si doresti sa faci parte din ceva important, hai sa discutam." Acest fragment este preluat dintr-un anunt pentru un job in domeniul financiar la 'Apple'.

Asa-numitele perceptii demodate despre contabili si profesie sau, dupa cum o numesc unii, 'decalajul' dintre modul in care oamenii privesc contabilii si cum se vad acestia pe ei poate fi schimbat prin utilizarea instrumentelor folosite cu un succes real de alte industrii.

Despre firma noastra si reseaua internationala

Bine ati venit in lumea Russell Bedford International (RBI), o retea globala de firme independente de contabili, auditori, consultanti fiscali si consultanti de afaceri.

Clasificata ca fiind una dintre retelele de contabilitate la nivel International, Russell Bedford International este reprezentata de 460 de parteneri, 5000 de angajati si 200 de birouri in peste 80 de tari din Europa, America, Orientul Mijlociu, Africa, Sub Continentul Indian si zona Asia – Pacific.

Asadar, oricine ai fi si oriunde ai dori sa ajungi, noi suntem aici sa te ajutam.

Russell Bedford International, reseaua internationala de audit si contabilitate, a anuntat pe data de 1 septembrie 2008 numirea societatii 3B EXPERT AUDIT ca firma membra in Bucuresti, Romania.

Sarbatorind cea de-a 14-a aniversare, 3B Expert Audit a fost infiintata in Bucuresti in anul 1998 de catre numai doi fondatori, prestand in principal servicii de contabilitate si consultanta fiscala. Paisprezece ani mai tarziu, impreuna cu societatea asociata 3B Expert Consult, se situeaza ca un grup de firme de servicii profesionale cu personal calificat.

3B Expert Audit are trei parteneri:

Directorul executiv, co-fondatorul Adriana Badiu, are o experienta de peste 20 de ani in domeniul financiar. In 1990 ea s-a alaturat Ministerului de Finante, initial in calitate de Director Adjunct iar apoi ca Director. Astazi, ea este Contabil Autorizat, Auditor Autorizat si Consultant Fiscal Autorizat. Ea este responsabila cu serviciile de audit si consultanta fiscala in cadrul firmei.

Octav Badiu este co-fondator si partener. El are o experienta vasta in domeniul bancar si analiza sistemelor, fiind responsabil cu activitatea contabila si dezvoltarea software in cadrul firmei. De asemenea, el este Contabil Autorizat, Auditor Autorizat si Consultant Fiscal Autorizat.

Andrei Badiu este partener cu MBA specializat in Management Financiar si banking international, membru ACCA si el este persoana responsabila cu misiunile speciale de audit.

Suntem o firma de marime mijlocie care are un loc stabil pe piata locala. Auditam o gama de intreprinderi mijlocii pana la mari, incluzand companii listate la bursa. Firma noastra ofera de asemenea servicii de contabilitate si conformitate fiscala, consultanta fiscala, consultanta pentru investitii si formare. Firma este acreditata de catre CAFR - Camera Auditorilor Financiari din Romania, CECCAR - Corpul Expertilor Contabili si Contabililor Autorizati din Romania si CCF - Camera Consultantilor Fiscali.

Intrebarea

Ce inseamna sa fii un "bun" contabil?

De ce tocmai aceasta intrebare si cum ne va ajuta sa ne imbunatatim pe noi si profesia prin acordarea de raspunsuri?

Sa simplificam: Care este primul cuvânt la care se gandeste cineva cand este intrebat despre un contabil. Exista un ,decalaj' intre modul in care contabilii sunt perceputi si cum sunt ei in realitate? Daca da, de ce?

Ce am putea face noi? Sau ar trebui ca noi, in calitate de contabili sa facem ceva in aceasta privinta?

Am invatat un lucru interesant in timpul MBA –ului care se refera la faptul ca este intotdeauna util sa te inspiiri din alte industrii decat cea proprie, daca doresti sa te dezvolti, sa cresti, sa oferi plus-valoare si sa te diferentiezi.

In sensul ca, daca, spre exemplu, sunteti din industria IT si aveti de gand sa deschideti un magazin de vanzare cu amanuntul pentru a comercializa produsele dvs. IT, de ce sa nu te ,inspiiri' din industria hoteliera, pentru a afla modul in care este oferit un serviciu de calitate pentru servirea si tratarea clientilor si sa folosesti aceasta maniera pentru a trata in acelasi mod clientii proprii.

O multime de companii de succes au aplicat aceasta metoda, cum ar fi:

Southwest Airlines, companie aeriana low-cost renumita in SUA, care s-a inspirat din industriile de transport terestru si a creat un program de zbor similar cu cel ale autobuzelor. Ca urmare, clientii pot utiliza avioanele la fel de des si usor cum utilizeaza autobuzele. (<http://www.southwest.com>).

Apple (<http://www.apple.com>) a obtinut realizari uimitoare trecand de la o industrie IT ,monotona' si productie hardware la compania stralucitoare, moderna, indragita, care este astazi. Oamenii ii iubesc pe ei si pe produsele lor deoarece au inteles faptul ca observand alte industrii si furand ceea ce este mai bun ar putea aduce la imbunatatiri importante in propria afacere. Au inteles faptul ca nu vand doar computere si aplicatii, ci vand un stil de viata si pasiune. Si-au atins scopul printr-un marketing puternic, agresiv. Ating sufletul clientilor. Aceasta a fost cheia succesului in cazul lor.

Fiecare prezentare a noilor servicii si produse este aproape o exagerare si un spectacol imens. Unii ar putea spune ca Intr-un fel se supraestimeaza, insa se pare ca acest lucru a facut minuni asupra modului in care sunt vazuti de catre public.

In anexe veti gasi mai multe despre modul in care ei realizeaza asta si cat de atenti isi aleg si folosesc cuvintele pentru a prezenta orice.

Asadar, care este legatura cu contabilii? Ei bine, exista o astfel de legatura, pe care o vom analiza in continuare.

Totul a inceput cand

Am hotarat sa fac o scurta prezentare asupra acestei teme catre corpul meu profesional la nivel national si am dorit sa atrag atentia asupra experientei membrilor retelei noastre pentru a adauga un context international. De fapt, colectarea ideilor tuturor membrilor RBI era crucial pentru acest studiu de caz.

Acesta va deveni subiectul unui seminar interactiv (workshop) in octombrie 2012 in cadrul Conferintei Anuale de la Buenos Aires, Argentina!

Ideea de baza este:

Colectarea unui numar cat mai mare de raspunsuri (idei, ganduri) din toate colturile lumii, chiar daca este dor un singur cuvânt oferit ca raspuns.

Acesta nu este menit ca un studiu stiintific, ci mai degraba ca un colaj de raspunsuri umane aferente perceptiei din partea contabililor. Raspunsul lor este crucial pentru succesul acestui studiu de caz, care se afla inca in desfasurare pana pe data de 17 octombrie 2012 dar nu se opreste atunci.

Am folosit profilul de LinkedIn al RBI pentru a posta intrebarea si a aduna raspunsurile precum si e-mail-uri transmise direct catre toti membrii. Toti si-au manifestat entuziasmul asupra acestei intrebari simple, totusi complexe si chiar dificile.

Am vrut sa ma concentrez pe partea umana a profesiei. Pe omul din spatele contabilului. Cum este el perceput? Cum se percepe pe sine insasi.

Am devenit de-a dreptul intrigat in a gasi care este 'primul cuvânt folosit de oameni pentru a descrie un contabil'. Consider ca profesia contabila are nevoie de o mai buna promovare, de un marketing mai bun si de o 'punere in lumina' mai buna cat si o atentie la detaliu atunci cand ne prezentam ca profesionisti.

Ar trebui sa ne descriem pe noi si serviciile noastre la fel cum Apple isi descrie produsele si serviciile. Cu aceiasi pasiune si respect pentru profesia noastra si acelasi respect de sine, fara teama de a folosi cuvinte puternice.

Lumea in general va cauta mai degraba un set de abilitati sociale si personalitate la un profesionist. Daca lucrezi in fiecare zi cu cineva devine mai important cat de confortabila si demna de incredere este aceasta persoana si modul in care te face sa te simti.

In zilele noastre, nu este suficient sa fii un profesionist perfect. Ai nevoie de ceva mai mult. Poate charisma, poate cateodata avem nevoie si de un "software" (ambalaj) bun si nu doar de un "hardware" (continut) bun. Sa mergem dincolo de partea tehnica a profesiei noastre.

Contabilii sunt solicitati sa ofere clientilor valoare adaugata – insa ce inseamna acest lucru? Ce face dintr-un contabil bun, un contabil excelent? Cum iti fidelizezi clientii? Totul se rezuma la servicii aditionale? Ce rol joaca aptitudinile sociale, umane?

Evident, calificarile sunt obligatorii, statutul de membru in organisme precum CECCAR este crucial.

Contabilii buni trebuie sa aiba bun simt. Evident, trebuie sa detii calificari tehnice excelente, de asemenea aveti nevoie de flexibilitate si capacitate de invatare. Si adaptare la diferite situatii. Insa se poate face mai mult. Asadar, haideti sa facem inca un pas in fata!

Pentru a ajunge acolo -

O foarte scurta istorie a profesiei contabile pentru a vedea unde a inceput totul:

Numele care sta pe primul plan in istoria timpurie a contabilitatii este Luca Pacioli, care, in 1494 a descris pentru prima data sistemul de contabilitate in partida dubla folosit de comerciantii venetieni in cartea lui denumita „Summa de Arithmetica, Geometria, Proportioni et Proportionalita”. Desigur, afacerile si guvernele au inregistrat informatii privind activitatile comerciale cu mult inaintea venetienilor. Insa Pacioli a fost cel care a descris pentru prima data sistemul de debit si credit in jurnale si registre care formeaza si astazi baza sistemului de contabilitate.

Balanta de verificare (summa summarium) reprezinta finalul ciclului contabilitatii lui Pacioli. Sumele de debit din registrul vechi sunt listate in partea stanga a balantei si creditele in partea dreapta. Daca cele doua totaluri sunt egale, atunci registrul este egalizat. Daca nu, spune Pacioli, "aceasta ar indica o greseala in registrul tau, pe care va trebui sa o cauti cu atentie si cu maiestria si inteligenta cu care te-a inzestrat Dumnezeu".

"Decalajul"

Putem considera faptul ca profesia a inceput atunci, respectiv cu peste 500 de ani in urma. „In prezent, profesia contabila va continua sa isi piarda din credibilitate daca nu reuseste sa isi educe publicul si grupurile de interes cu privire la valoarea sa si pasii de urmat pentru a restabili increderea in industrie.”

Aceasta a fost concluzia studiului condus de catre ACCA (Asociatia Contabililor Certificati si Autorizati) in septembrie 2012 si l-a numit "Inchiderea decalajului de valoare" ('Closing the Value Gap')

Studiul indica faptul ca majoritatea contabililor sunt de parere ca publicul ii considera demni de incredere, in timp ce numai jumatate din public este de acord. Aceasta subliniaza **decalajul** dintre modul in care industria se vede pe sine insasi si ceea ce crede de fapt publicul.

Acest lucru se datoreaza partial lipsei de intelegere al rolului contabililor in succesul afacerilor de diferite dimensiuni, care sunt atat de importante pentru cresterea si recuperarea economica.

Raportul a cuprins peste 250 de contabili, 1500 de consumatori si lideri de opinie cheie la nivel mondial pentru a avea o intelegere mai buna a valorii pe care o poate oferi profesia contabila si valoare pe care crede publicul ca o ofera. De asemenea, implica pasii ce trebuie urmati pentru a sterge aceasta diferenta de catre profesie ca intreg, si de catre contabili la modul individual.

Cand vorbim despre castigarea increderii publicului, raportul ofera cinci recomandari pentru ca profesia contabila sa diminueze decalajul. Ordinea este aleatorie:

1. Angajarea in discutii cu grupurile de interes si publicul larg despre ceea ce inseamna sa fii contabil
2. Conversatii despre audit – ce este si ce nu este – auditul a devenit recent tinta criticilor
3. Luarea initiativei si explicarea modului in care contabilii adauga valoare
4. Adresarea unor preocupari reale despre problemele de etica si conflicte de interes
5. Dezvoltarea aptitudinilor sociale si de comunicare necesare pentru efectuarea acestei misiuni si a cladii increderea oamenilor.

Rezultatele raportului arata de asemenea faptul ca profesia necesita lucru asupra propriei imagini in comparatie cu alte profesii.

Asa cum a fost mentionat anterior, imaginea devine foarte importanta in aceste vremuri. Imaginea perceputa este foarte importanta intrucat actioneaza ca prima impresie a clientului asupra dvs, firmei dvs, serviciilor si profesiei. Astfel este afectata increderea si de asemenea este influentat chiar si nivelul tarifului. Imaginea este direct proportionala cu nivelul tarifului. Cu cat este tariful mai ridicat, cu atat mai mult respect acorda clientul, chiar daca la un nivel subconstient si vice-versa.

Publicul clasifica profesia contabila sub alternativele in care se are mare incredere, cum sunt cea de doctor, asistent medical, arhitect si inginer, inasa este privita cu mai mare incredere decat profesia de bancher, politician, jurnalist si avocat.

In timp de 70% dintre contabili accepta faptul ca profesia este partial de vina pentru criza financiara, reiese faptul ca aceasta criza economica nu a avut tocmai un impact urias asupra perceptiei publicului – numai 13% dintre cei intervievati au afirmat ca nivelul lor de incredere in contabili a scazut in ultimii cinci ani.

Un lant de scandaluri notorii legat de profesie de-a lungul unui numar de ani (precum Enron si evenimentele crizei financiare) inseamna ca industria se confrunta cu o mostenire de neincredere, un sentiment care este conectat mai degraba la stereotipurile demodate referitoare la ceea ce sunt contabilii si ce rol joaca ei.

Se pare ca anul 2012 a fost anul in care increderea a fost pusa la indoiala intre industrii si institutii. Profesia contabila nu a fost imuna la astfel de doioale si nici nu ar trebui sa fie.

Este important ca publicul general sa recunoasca rolul integral al profesiei in cresterea si recuperarea economica.

O parte a acestei recunoasteri va proveni dintr-o intelegere a ceea ce contabilitatea inseamna intr-adevar pentru ei, iar industria ca intreg trebuie sa lucreze impreuna pentru a ajuta aceasta schimbare de opinie.

”In calitate de contabili, este important sa iesim din acest con de umbra ca profesie. Desi vor fi cateva conversatii provocatoare, este important sa devenim mai buni in a explica ceea ce facem, cum o facem si cum generam valoare”, Richard Sexton, membru al comitetului executiv pentru reputatie si politica la PwC.

Putin peste jumatate dintre oamenii interviuati au afirmat ca ei cred ca profesionistii cotabili lucreaza in interesul companiilor angajatoare sau in interesul propriu, mai degraba decat in interesul public.

Acest lucru dovedeste o necesitate clara pentru o constientizare mai clara a rolului jucat de contabili, fara a permite actiunile unui numar mic de oameni sa erodeze credibilitatea majoritatii.

Raspunsurile membrilor RBI la nivel mondial grupate pe tari sunt consolidate in doua tabele atasate ca Anexe.

Perceptii

S-a argumentat faptul ca aceste perceptii despre contabili au evoluat cel putin partial de la reprezentari media, tensiuni intre contabili si colegi si ignoranta. Robustetea stereotipurilor contabile sunt astfel incat chiar si schimbari semnificative in participarea genurilor (pozitive) (Enis, 2006) si scandalurile financiare (negative) (Chen, Jones, & McIntyre, 2002; Coleman et al., 2004) au avut un impact mic asupra perceptiei oamenilor despre contabilitate.

Pentru a intelege cum sunt perceptiile formate, Dyer (1993) sugereaza ca “viziunea provine din reprezentare”.

”Modul in care sunt oamenii vazuti determina in parte modul in care sunt tratati”. Prin urmare, perceptiile asupra contabililor deriva din insarcinarile pe care se crede ca le executa.

Tabelul I indica perechile potrivite pentru care exista un acord general intre contabili. Primul element din fiecare linie este elementul preferat.

Tabelul I: Consensul intre contabili

Interesant	vs Plictisitor *
Procedural	vs Monoton *
Conformitate	vs Originalitate
Fapte	vs Intuitie
Siguranta	vs Ambiguitate
Planificat	vs Spontan
Acumulativ	vs Anost *
Concret	vs Abstract
Logica	vs Imaginatie
Structurat	vs Flexibil
Analitic	vs Conceptual
Meticulos	vs Superficial
Rutina	vs Imprevizibil
Precis	vs Imprecis
Standarde Uniforme	vs Viziuni Alternative
Metodic	vs Inovatie
Orientat spre profit	vs Beneficii pentru Societate
Prestigios	vs Comun *
Matematic	vs Verbal
Conformare	vs Inovatie
Captivant	vs Solutii Noi

Elementele marcate cu "*" indica mai degraba anumite caracteristici despre cum este perceputa munca profesionistilor contabili decat o descriere a indatoririlor insasi. In mod interesant un numar de indatoriri identificate mai sus alcatuiesc baza stereotipurilor legate de contabili si sunt in acelasi timp bine privite de catre contabili.

Cum sunt formate aceste perceptii ?

Dupa cum a fost identificat mai devreme, continutul si organizatia stereotipurilor sunt influentate de efectele mecanismelor cognitive, afective, socio-emotionale si culturale (Mackie si altii, 1996). Aceste mecanisme fac stereotipurile usor de confirmat si dificil de schimbat (Stagor, 2000).

Contabili se pare ca sunt perceptuti de ne-contabili ca fiind axati pe „conformare” sau perceptuti ca ”raul necesar” sau „obstacol in calea progresului” sau „mesagerii vestilor rele”.

Aceste constatari din prezentul studiu sunt sprijinite de doua asertiuni cheie din literatura socio-psihologica.

Prima este faptul ca este adecvata chestionarea contabililor insasi pentru a determina nivelul prin care ei contribuie la perceptia lumii asupra contabililor si a contabilitatii.

A doua consecinta este aceea ca expunerea la munca de contabilitate poate crea o perceptie pozitiva asupra contabililor printre necontabili.

Majoritatea contabililor supusi chestionarului sunt de acord cu faptul ca profesia per total ar trebui sa faca mai mult pentru a mari constientizarea asupra valorii prin care aceasta contribuie la imbunatatirea imaginii globale.

"Imbunatatirea trebuie sa inceapa cu o mai mare constientizare proprie atat timp cat perceptia proprie a profesiei contabile nu coincide intotdeauna cu cea a publicului larg" Helen Brand, Director Executiv la ACCA.

Stereotipurile demodate asupra contabililor ca fiind „numaratori de boabe” (“bean counters”) trebuie sa cedeze in fata adevaratelor indatoriri si functii pe care le indeplinesc astazi – care se extind de la raportare financiara la consiliere si planificare de afacere strategica.

Contabilii pot ajuta la asigurarea faptului ca business-urile se comporta cu o responsabilitate etica cat mai mare posibil si ca adera la regulile si reglementarile in vigoare, care au fost create pentru a apara viitorul economic.

Organizatiile profesionale determina ca profesia de contabil sa actioneze responsabil – un rol pe care ACCA si CECCAR il iau foarte in serios. Eu consider ca ar trebui sa se faca mai mult pentru a mari constientizarea valorii pe care o aduce profesia. Valoarea publica ar trebui sa fie in centrul a ceea ce ofera aceasta profesie.

Un contabil bun si generatia Y

Viitorul acestei profesii este reprezentat de catre studenti si tineri care se pregatesc sa devina contabili. Ei trebuie sa fie constienti de caracteristicile elementare ale unui bun contabil precum Integritatea si Obiectivitatea. Sa fii profesionist care impune respectul tipic pentru profesie, trebuie sa fii absolut onest si etic in tot ceea ce faci. Acest lucru se refera atat la viata profesionala cat si la cea personala. In executarea sarcinilor contabile, trebuie sa fii de asemenea in totalitate obiectiv, si sa nu lasi sentimentele sau subiectivitatea sa iti afecteze munca. Ar trebui sa ai si calitatile solicitate de orice situatie legata de munca: punctualitate, onestitate, confidentialitate si depunerea eforturilor maxime.

... *Asadar ce face un contabil bun?*

Nu exista un raspuns unic sau perfect. Cu toate acestea, mai jos, am cautat sa identific unele dintre aceste caracteristici si voi incerca sa le explic pe fiecare in urmatoarele paragrafe. Ceea ce determina ca un contabil sa fie bun sunt calitatile si caracteristicile care il fac sa se remarce printre colegii sai.

Integritate

Integritatea se refera la a fi direct in activitatile tale fara avea intentii ascunse. In cazul unui contabil, pentru a opera in conformitate cu acest principiu, el trebuie sa castige increderea iar aceasta din urma insoteste integritatea. Este atat de greu de obtinut si atat de usor de pierdut iar in cele mai multe cazuri ireversibil. Un contabil fara integritate este precum un marinar fara busola.

Cunostinte Temeinice a Principiilor Financiare

Toti contabilii trebuie sa aiba cunostinte temeince privind principiile contabile si financiare. Acest lucru poate parea ca nu ar fi o arie importanta, dar eu am realizat ca indiferent de aria de contabilitate in care opereaza cineva, exista intotdeauna nevoia de a utiliza principiile fundamentale.

Un Ochi pentru Detalii, Ordonat si Metodic

Un contabil este o persoana care tot timpul lucreaza cu un volum mare de date. Astfel, pentru a fi foarte bun in meserie, trebuie sa ai un ochi pentru detalii. Cea mai mica interpretare gresita poate cauza probleme majore astfel incat contabilul trebuie sa deprinda obiceiul ca in permanenta sa se uite la detalii pentru acuratete si integralitate.

Aptitudini IT

O alta calitate importanta pentru un contabil bun sunt aptitudinile IT, care au legatura cu IT-ul de baza cat si cunostinte asupra unor arii mai avansate de IT. Contabili fiind, majoritatea muncii noastre este efectuata prin intermediul calculatorului astfel incat, daca nu am detine aptitudini IT am fi precum pescarul fara o plasa de pescuit.

Aptitudini de Comunicare

Contabilii trebuie sa dezvolte aptitudini bune de comunicare, atat verbale cat si non verbale. Se poate crede ca un contabil nu trebuie sa vorbeasca sau sa scrie mult dar acest lucru este gresit. In calitate de contabil, de multe ori vei fi singurul care intelege ceea ce faci, astfel incat, pentru ca altii sa iti imparta ideile, trebuie sa poti comunica eficient pe cai verbale si scrise. Ne referim aici la aptitudini verbale – prezentari, aptitudini de scriere – rapoarte, memo-uri, aptitudine de interactiune umana.

Flexibilitate

Flexibilitatea este abilitatea de a se adapta la situatii noi. In calitate de contabil, una dintre caracteristicile principale ale mediului de lucru este schimbarea. Exemple de schimbari sunt modificari ale: trendului pietei, buget, costuri, sincronizare etc. astfel incat, pentru a opera eficient trebuie sa fii foarte flexibil in abordarea muncii.

Decis, Ferm

Contabilii trebuie sa fie fermi in luarea deciziilor cat si in mentinerea unui nivel bun de calmitate. Acest lucru se datoreaza aparitiei situatiilor noi cand mediul devine mai provocator iar contabilul va trebui sa ia decizii rapide si rezonabile.

Capacitatea de a merge mai departe

A merge mai departe, a gandi si a continua sa gandesti non-conformist („outside the box”). Sa continui sa gandesti non-conformist si atunci cand pui in practica ideea. Astazi, contabilii nu sunt doar bine pregatiti profesional si nu ofera doar servicii profesionale simple. Trebuie sa imbracam aceste servicii intr-o abordare orientata mai mult pe oameni. Aratati-le clientilor dvs. personalitatea din spatele profesionistului.

Generatia „Y” (cei nascuti dupa anul 1980)

Sunt entuziasti, curiosi, adaptabili, muncitori si au dorinta de a avansa rapid in cariere. Cu toate acestea ei resping structurile ierarhice clasice si lipsa flexibilitatii.

Sociologii ii denumesc generatia „Google”, „iGeneration” sau „mileniali”. La nivel global, aceasta generatie este numeroasa. Sunt considerati a fi foarte creativi, deschisi, adaptabili si globali. Iubesc diversitatea si sunt orientati pe tehnologie cu o dorinta puternica de a fi informati si de a experimenta noi lucruri.

La locul lor de munca, ei sunt atipici, flexibili, ingeniosi, dinamici si intotdeauna la vanatoare de oportunitati de crestere si dezvoltare profesionala. Ei au nevoie de instructiuni si de o imagine clara asupra a ceea ce se asteapta sa efectueze fara sa se planga.

Oamenii se schimba. Tinerii se schimba si sunt pasionati atunci cand isi aleg o slujba. Urmaresc o varietate de lucruri care conteaza pentru ei atat profesional cat mai ales personal.

Pentru oamenii din generatia Y, satisfactia personala este ceea ce ii motiveaza si nu intrevad o schimbare prea curand. De fapt tocmai incepe. Ei isi respecta viata personala si activitatile de dupa serviciu. Ei au nevoie si cauta mentori si isi doresc sa ii influenteze pe altii.

Pe parte negativa, le lipseste responsabilitatea si doresc sa atinga cat mai repede tinte indraznete fara a se gandi in profunzime sau fara a avea ceva de oferit la schimb. Le lipseste stabilitatea si continuitatea la locul de munca.

Generatia Y prefera un manager onest, bun comunicator, deschis, care ii sfatuieste, le asculta ideile si este foarte apropiat de ei.

Sunt stimulati de catre locuri de munca active, colegi tineri, creativi si job-uri care nu se repeta, program de lucru flexibil. Pe cealalta parte, sunt demotivati foarte usor de lipsa de transparenta dintre relatiile interumane, lipsa de varietate, lipsa lucrului in echipa si lipsa provocarilor si de orele suplimentare. Le place sa fie laudati si sa aiba acces la media si canale de socializare.

Pentru alte generatii este important sa inteleaga faptul ca generatia Y este atipica si sa nu judece dupa propria mentalitate si valori. Profesia trebuie sa adreseze acest lucru. Profesionistii trebuie sa se adapteze la aceasta. Cei din generatia „Y” sunt potential viitori contabili si/sau clienti.

Incheiere

Provocarile profesiei contabile aferente decalajului de perceptie si viitorului sau sunt influentate de schimbarile de generatii si de schimbarile generale in societate.

Astazi, totul este legat de emotii, de pasiune. Prezentul si viitorul sunt influentate de schimbarile in felul in care oamenii se raporteaza la munca si viata personala. Noi, in calitate de contabili, trebuie sa ne adaptam acestor schimbari. Nu intrevad decat oportunitati pentru profesia contabila.

In final, profesia contabila trebuie sa poata sa combine abilitatile tehnice (care sunt esentiale) cu cele sociale, umane. Fara ele, este aproape imposibil sa oferi experienta potrivita clientilor in sensul pe care ei il inteleg si iubesc. Daca vom combina cu succes aceste doua aptitudini, atunci profesia contabila va inflori.

Partea amuzanta

<http://www.funquizcards.com/quiz/business-career/can-you-be-a-good-accountant.php>

Bibliografie

1. <http://www.investopedia.com/university/accounting/accounting1.asp#axzz26Eb7vUzy>
2. <http://www.toiletpaperentrepreneur.com/recommendations/how-do-i-find-a-good-accountant/>
3. <http://www.accaglobal.com/>
4. <http://www.ceccar.ro/ro/>
5. <http://www.funquizcards.com/quiz/business-career/can-you-be-a-good-accountant.php>
6. <http://www.peterhhelmer.com/wordpress/wp-content/uploads/Pitching-Your-Law-Firm.pdf>
7. <http://www.unitec.ac.nz/fms/conferences/araconference/Paul%20Wells-Perceptions%20of%20Accounting%20and%20Accountants.pdf>
8. <http://uk.reuters.com/>
9. <http://www.ft.com/home/us>
10. <http://www.bloomberg.com/>
11. <http://www.economist.com/>
12. Ordonanța Guvernului nr. 65/1994 privind organizarea activității de expertiză contabilă și a contabililor autorizați, republicată în Monitorul Oficial nr. 13 din 08.01.2008
13. Regulamentul de organizare și funcționare a Corpului Experților Contabili și Contabililor Autorizați din România, aprobat prin Hotărârea Consiliului Superior al CECCAR nr. 1/1995, republicat în Monitorul Oficial nr. 601 din 12.08.2008
14. Codul etic național al profesioniștilor contabili, ediția a V-a, revizuită, Editura CECCAR, București, 2011;
15. AICPA. (2000). *Topline Report*. New York: AICPA.
16. Albrecht, W. S., & Sack, R. J. (2000). *Accounting Education: Charting the course though a perilous future*, Sarasota, FL: American Accounting Association.
17. Allen, C. L. (2004). Business students' perception of the image of accounting. *Managerial Auditing Journal*.
18. Dimnik, T., & Felton, S. (2006). Accountant stereotypes in movies distributed in North America in the twentieth century. *Accounting, Organizations and Society*
19. Jeacle, I. (2006). *Beyond the Boring Grey: The Construction of the Colorful Accountant*. The University of Edinburgh.
20. Jeffrey, G. (2002). Changing the image of accountancy in Mexico. *The Accountant*.

Special thanks to all Russell Bedford International members for their critical inputs and feedback.

Anexa I

Tabel 1: Rezultatele consolidate ale chestionarului completat de catre membrii Russell Bedford International la nivel international

Tara	Perspective, Ganduri, Idei, Opinii	Pozitia
Letonia	Un contabil bun trebuie sa fie orientat pe afacerea sa: sa poata vedea potentialul ascuns cateodata in spatele numerelor fara speranta sau riscul din spatele unui raport bun.	Membru de consiliu
Bulgaria	Un contabil bun este precum un doctor de familie bun – vorbeste clar si inteligibil. O consiliere contabila buna este ca o examinare medicala profilactica care va preveni erori economice viitoare	Partener junior
Mexic	Un contabil bun nu vede doar numere, dar vede dincolo de substratul pentru care lucreaza si nu doar in raportul final. El trebuie sa intrebe in permanenta de ce, ceea ce inseamna ca trebuie sa fii deschis pentru a intelege si a interpreta contextul global.	Director Marketing
Argentina	Un contabil bun este cel care poate intelege problematica clientului sau, care actioneaza nu doar ca un consultant indiferent, ci si ca un partener virtual, in contextul unei confidentialitati absolute.	Proprietar
Guatemala	Un contabil bun este cel care intelege conceptul de calitate. Eficienta si efort si de asemenea tot el transforma problemele clientului in problemele sale... Afisat !! Mergi mai departe !!	Proprietar
Venezuela	Discernamant!	Partener
Danemarca	Serviciu, Implicare si Grija, Scepticism profesional, Calitate	Proprietar
Tarile de Jos	Incredere	Partener
UK	Un contabil bun este cel carui ii pasa de clientul sau. Preia problemele clientului si le rezolva intr-o maniera eficienta. Cineva care comunica bine cu clientul si ii explica problemele in termeni simpli.	Partener
HK	As spune: un ascultator bun , care raspunde nevoilor clientilor prin comunicari eficiente si in timp util si orice altceva	Proprietar
UK	Consilier de incredere	Partener
Egipt	Un contabil bun este cel care poate organiza cartile. In sensul in care el serveste intereselor conducerii si in acelasi timp reprezinta conturile. In mod corect, cu respectarea principiilor contabilitatii.	Partener
Finlanda	Cel care ofera solutii/recomandari la problemele clientului.	Director General
USA	Un contabil bun este cel care "asculta"	Partener
Albania	Lucreaza sistematic si are intotdeauna raspunsul si solutia!	Junior Auditor
Germania	Eu cred ca in ziua de astazi un contabil bun este cu mult mai mult decat un rontaitor de numere (chiar daca aceasta este reputatia). Un contabil bun trebuie sa fie sensibil la problemele clientului sau. Mai important, astazi un contabil bun (!!) nu trebuie sa aiba doar o abordare istorica ci se va uita in viitor pentru a defini provocarile clientului de maine.	Partener
Elvetia	Un individ cu o minte ascutita si integritate personala, care este de asemenea si competent din punct de vedere tehnic si poate oferi si comunica solutii inovatoare	Proprietar / Partener
Azerbaidjan	Inseamna transparenta si incredere in termeni de raportare.	Partener Audit
SUA	Trebuie sa fie un partener de afaceri pentru clientul tau. Este de datoria ta sa devii si sa ramai un expert in profesia ta. Trebuie sa stii cand sa ceri ajutor si de unde.	Partener
El Salvador	Un contabil bun este o firma sau o persoana care ofera asistenta sau consiliere clientilor lor pentru a le imbunatati afacerea. Se gandeste in permanenta cum sa adauge valoare serviciilor lor pentru a gasi sau creste asteptarile clientilor.	Partener
Isle of Man	Un consilier profesionist care intelege clientul si afacerea lui si poate consilia in consecinta.	Director Executiv
India	Dupa parerea mea, un contabil bun poate fi privit din perspective diferite. Daca un contabil lucreaza pentru o companie ca management, el/ea este bun(a) daca poate contribui la implementarea GCG in societate. Daca el/ea este auditor, el/ea este bun(a) daca poate promova corectitudinea in prezentarea situatiilor financiare ale clientului sau. Daca el/ea face parte din membrii guvernanti, el/ea este bun(a) daca poate opri coruptia.	Partener
Singapore	Dedicat!	Executive Director
Canada	De asemenea, un contabil bun stie sa echilibreze acuratetea tehnica si practica in afaceri, si ofera solutii reale clientilor.	Partener
SUA	Consilier de incredere	Proprietar /MP
Guatemala	Profesionist excelent, dedicat, de incredere	Director Partener
Islanda	Plin de resurse	Partener

Tara	Perspective, Ganduri, Idei, Opinii	Pozitia
Australia	Exista 3 caracteristici esentiale pentru un bun contabil: competent din punct de vedere tehnic, abilitatea buna de comunicare, aptitudini sociale astfel incat sa poata fi cladita o relatie bazata pe incredere cu clientul	Partener
Belgia	Un controlor, un consilier, cu o abilitate de rezolvare a problemelor	Proprietar
Ecuador	Un contabil bun este un profesionist care nu doar detine cartile, ci si interpreteaza numerele si procesele de optimizare a functiilor propuse pentru a maximiza beneficiile pentru o organizatie	Partener
SUA	Responsabil, Atent...cu clientii si angajatii, Demn de incredere, Inteligent – si nu are neaparat toate raspunsurile in cap, dar are toate resursele si capacitatea de a gasi raspunsuri repede si exacte si de a conecta punctele, Proactiv, Bun colaborator (lucreaza in echipa), increzator, prietenos, iubeste romanii	Partener
Trinidad	Isi asculta clientii pentru a le intelege dificultatile. Numai atunci ii poate consilia profesional sau ii poate informa referitor la cine ii va ajuta. De asemenea, trebuie sa faca fata provocarilor pietei si profesiei.	Proprietar
Filipine	Un contabil bun este un profesionist bine pregatit, dinamic si la curent cu toate schimbarile; el isi actualizeaza permanent cunostintele	Partener
Irlanda	INCREDERE... Relatiile bazate pe incredere cu clientii sunt relatii de durata, cu beneficiile economice aferente de asemenea. Pentru mine, contabilul ideal este un consilier de incredere in primul rand - si un contabil in al doilea rand. Intr-o astfel de relatie, toate informatiile sunt impartite ceea ce permite o mai buna definire a problemei si solutii mai eficiente. Contextele sunt mai bine intelese. Recomandarile sunt mai bine respectate si se va avea dreptate de la inceput. Ineficienta de comunicare este reduca. Se fac legaturi intre probleme, care altfel nu ar fi fost facute. Oamenii devin impliniti pe plan personal si profesional ceea ce nu are doar valoare intrinseca, dar ajuta la construirea loialitatii si a eficacitatii de asemenea.	Partener Executiv
Canada	De incredere.	Partener

Anexa 2

Tabel 2: Rezultatele clasificate ale chestionarului completat de catre membrii Russell Bedford International la nivel international

Adjective	Actiuni care descriu un contabil "bun"
Orientat pe afacere	Vorbeste clar si inteligibil
Doctor de familie	Vede riscuri ascunse
Deschis	Previne greseli economice viitoare
Confidentialitate deplina	Merge dincolo de numere
Afisare	Intelege contextul global
A merge mai departe	Interactiuneaza ca partener virtual
Discerne	Intelege termenul de calitate, eficienta si efort
Incredere	Transforma problemele clientului in problemele sale
Bun comunicator	Implicat si grijuliu
Bun ascultator	li pasa de clientii lui
Orientat catre viitor	Preia problema clientilor
Istet	Raspunde nevoilor clientilor prin comunicari eficiente si in timp util
Integritate	Are solutii/recomandari la problemele clientului
De incredere	Are intotdeauna raspunsul si solutia!
Transparent	Mult mai mult decat un "rontaitor de numere" sau "numarator de margele"
Cunostinte	Nu are doar o abordare istorica ci se uita in viitor
punctualitate	Va fi un partener de afaceri pentru clientul tau
disponibilitate	Ramane un expert in profesia sa
Dedicat	Se gandeste intotdeauna la valoarea adaugata serviciilor
Atent	Imbunatateste afacerea clientului
Inteligent	Este bine daca el/ea poate opri coruptia (in sectorul public)
	Economiseste bani (referitor la impozite si alte elemente)
	Stie sa echilibreze acuratetea tehnica si practica in afaceri

Anexa 3

Apple

In continuare, am colectat cateva dintre expresiile utilizate de catre o societate bine-cunoscuta atunci cand se prezinta pe sine sau produsele si serviciile lor.

Cel mai important lucru care se va intampla...	Cea mai buna experienta...
Facut vreodata...	Suntem incantati despre ...
Mult mai mult decat inainte...	Este absolut uimitor...
Este uimitor...	Fantastic...
Este pur si simplu bine...	Nemaipomenit...
Serviciul pe care il iubiti...	Cele mai bune service oferite!
Cel mai avansat sistem...	Suntem foarte incantati de modul in care ne descurcam...
Remarcabil...	Fenomenal...
Sunt vremuri uimitoare, extraordinare...	Absolut socant ...
Frumos, grozav...	Grozav...
Exact ceea ce trebuie...	Astazi trecem la nivelul urmator...
Este absolut superb...	O descoperire incredibila pentru intreaga industrie...
Explorati si descoperiti serviciile noastre...	Ceea ce am realizat este absolut uimitor...
Energia si entuziasmul...	Suntem foarte incantati de serviciile noastre prezentate astazi ...
Cel mai bun service orientat pe client...	Facem o diferenta remarcabila in vietile oamenilor...

Si da, este "numai" o companie de IT, de fapt este vorba despre Apple. Acestea sunt cuvintele folosite pentru a se descriere pe ei insisi. Cu toate acestea, exagerarea si intrucatva supraestimarea, se pare ca a facut minuni asupra modului in care sunt perceputi de catre public.

Mai jos sunt cateva exemple despre modul in care Apple se prezinta intr-un mod unic.

De asemenea, este interesant modul in care ei privesc departamentele de Marketing si Financiar intr-o companie ca a lor.

Uimeste-te pe tine insati. Uimeste lumea

Un loc de munca la Apple este total diferit de ceea ce ai avut pana acum. Vei fi provocat. Vei fi inspirat. Si vei fi mandru. Deoarece, indiferent ce pozitie ta aici, vei face parte din ceva important..

Fiecare detaliu conteaza.

Fiecare bucata de ambalaj. Fiecare trasare a degetului. Fiecare "Cum va pot fi de folos?" Totul. Si nu conteaza doar din cand in cand. Conteaza tot timpul. Si asa facem noi lucrurile la Apple. Rezultatul este unul dintre cele mai populare produse din lume.

Simplitatea nu este simpla

Puteti intreba pe oricine de aici. Este o munca dificila. Insemna sa intrebi tot timpul, "De ce este asa?" si "Cum poate fi imbunatatit?" Insemna o regandire a fiecărei experiente de client pana cand totul este organizat – pana cand tot ceea ce ramane este esential, util si frumos. Poate exista o caracteristica noua a produsului care ii incanta pana si pe fanii inraiti. Poate fi un apel de la asistenta clienti sau chiar o afisare in magazinul Apple, aranjat si luminat adecvat.

Creativitate din fiecare coltisor

Cand va imaginati procesul de creare de la Apple, la inceput poate ca nu va inchipuiti pe cineva de la HR. Sau de la departamentul de operatii, sau financiar. Dar noi ne asteptam la o gandire creativa si solutii de la toate lumea de aici, indiferent de responsabilitatile lor. Inovatia preia multe forme si oamenii nostri par sa gaseasca unele noi in fiecare zi.

Marketing

Oricand ar fi de remarcabile, produsele Apple precum iPhone si iPad nu apar pur si simplu. Fiecare lansare inovatoare este rezultatul planificarii meticuloase a specialistilor in marketing de la Apple care estimeaza intregul ciclu de viata al produsului. Departamentul nostru de marketing este pasionat de inovatie si da dovada de un angajament lipsit de compromisuri pentru a lansa pe piata produse extraordinare.

Daca adori gandirea creativa si strategica – si esti dispus sa depui eforturi suplimentare pentru fiecare proiect – poti fi viitorul nostru angajat. Experienta care variaza de la marketing pe produs la relatii cu dezvoltatorul, relatii cu publicul pana la comunicatii de marketing, va va folosi pentru a pastra produsele si mesageria Apple ca lider in domeniu.

Financiar

Departamentul financiar organizeaza toate activitatile financiare ale Apple cu experienta si precizie. Acest departament reprezinta un partener strategic important pentru toate laturile activitatii, de la inginerie si marketing la canalele de vanzare la nivel mondial. Echipa financiara are sarcina provocatoare dar esentiala de a organiza o disciplina orientata pe detaliu in cadrul unei companii care se schimba rapid, fiind inovatoare in permanenta.

Pregateste-te pentru un job perfect, unul care te incurajeaza sa gandesti strategic si creativ. Daca te caracterizeaza integritatea, responsabilitatea, lucru in echipa, excelenta si gandirea proactiva si doresti sa faci parte din ceva important, hai sa discutam. Avem o gama variata de oportunitati in contabilitate corporativa, planificare financiara si analiza precum si roluri financiare care sustin C&D, vanzarile, operatiunile si actiunile de comert cu amanuntul.



3B EXPERT AUDIT 
Auditors | Accountants | Consultants

Andrei Badiu, MBA, ACCA
Partner 3B Expert Audit

114 Aurel Vlaicu Street,
Bucharest 2, 020098,
Romania

M: +4 0722 566 039
T: +4 021 211 74 59
F: +4 021 211 74 69

E: andrei@auditor.ro
W: www.auditor.ro
W: www.russellbedford.com