

access. Alldeles oavsett om ett företag erbjuds stöd i form av finansiering, med kompetens eller deltagande i ett samverkansprojekt, måste normalt en analys av företaget i fråga ligga till grund och det ligger i sakens natur att många företag behöver hjälp med detta. Här finns ofta ett problem. SOU 1972:78 och 1996:69 har till exempel visat att framför allt mindre företag inte är speciellt benägna att ta emot extern hjälp eller, mera precist, släppa in någon extern tillräckligt djupt in i företaget.

Access kräver förtroende som bland annat ges av relevant erfarenhet och kompetens, det vill säga sådant som kvalificerade revisionsföretag i hög grad besitter. I Dagens nyheter 26 mars 2010 stod att läsa att »revisorn är en bra samtalspartner om hur företaget kan utvecklas i framtiden. Intervjuundersökningar med företagare visar att Almi, If:s och andra affärsutvecklare ligger ljusår bakom revisorerna när företagare talar om vem de har nytta av att tala med när det gäller sitt företag».

Detta stöds också av internationell forskning som framhåller revisorns kompetens, relation och speciella access till sin kund (Mole, K. 2002, *Business Advisers Impact on SMES, International Small Business Journal*, Vol. 20/2, s. 139-162).

Jag är övertygad om att revisorer har goda förutsättningar att få access också till företag som just nu inte är deras befintliga kunder, till exempel för att hjälpa till med analys inför en planerad ansökan om offentligt stöd eller vid diskussioner om initiering och utveckling av företags-samverkan.

Vidare anser jag att stödfinansiella aktörer borde göras mer uppmärksamma på revisionsföretagens intresse av att få bidra till förbättrade resultat av företagsstöden. Enligt professor Pontus Braunerhjelm (Dagens industri, 15 september 2008) ska riskkapitalister förse det lilla företaget inte bara med kapital utan också med kompetenta resurser. Det finns inga skäl till varför offentliga finansiärer inte ska ha samma ansvar, det vill säga att se till att nödvändiga kompetensresurser (i form av revisorskompetens) görs tillgängliga för analys, råd och råd. Man kan normalt inte förvänta sig att de mindre företagen själva ska känna till och kunna värdera företags-rådgivares kompetenser och etik.

JAHN ÖBERG ÄR CIVILEKONOM OCH FORSKARSTUDERANDE VID UMEÅ UNIVERSITET OCH KNUTEN TILL CLIP, HÖGSKOLAN I GÄVLE.

STEFAN ENGSTRÖM:

När börjar Far twittra?

Far borde utnyttja potentialen i sociala medier. Relevanta nyheter direkt i mobilen skulle vara en värdefull service till medlemmarna. Det menar Stefan Engström, som själv föredrar mikrobloggen Twitter.

Genom den nya mobila tekniken och de så kallade sociala nätverken som Facebook, Twitter, Pusha, Bloggy, Gowalla etcetera öppnas det upp för fantastiska möjligheter att kommunicera. Var man än befinner sig kan man ha kontakt med sin omgivning, om man så vill.

Många förknippar sociala nätverk med Facebook. Men min personliga favorit är utan tvekan mikrobloggen Twitter som lanserades 2006 och som ger användaren möjlighet att omedelbart få den absolut senaste informationen inom valt intresseområde.

Min hemkommun twittrar om planerade vattenavstängningar och försenad sophämtning. Arlanda flygplats twittrar om inställda flyg och lämnar upplysning exempelvis till den vars bagage har förkommit. Och massmedia twittrar om

nyheter, kommande tv-program, nya riksdagsbeslut och mycket annat.

Men när kommer Far att twittra? Jag ser fram mot den dag då Far twittrar: »Regeringsrätten meddelar dom om skattetillägg beträffande...: <http://bit.ly/dKtaRW>«. Att på detta sätt kunna få färskare nyheter och dessutom kunna läsa om rättsfall direkt i sin smartphone – om man har en sådan – ger läsaren en stor kunskapsfördel i yrkesutövningen. Genom Twitter kan Far också skicka ut nyhetsbrevet »Update« och skicka meddelanden om olika evenemang, exempelvis branschdagarna. Far Akademi kan informera om nya kurser. Tidningen Balans kan berätta om det senaste numret, dess innehåll och när tidningen beräknas komma till prenumeranterna.

Liksom faxen så kommer användningen av Twitter säkerligen att minska och kanske försvinna i framtiden. Men varför vänta på det? I dag är det Twitter som gäller för snabb och effektiv informationsspridning.

STEFAN ENGSTRÖM ÄR AUKTORISERAD REVISOR PÅ AUDITOR REVISION.

ÅSA EHLIN SVARAR STEFAN ENGSTRÖM:

»Viktigare att synas på Facebook«

Sociala medier kan ha en enorm genomslagskraft. Därför ska vi använda dem i Fars kommunikation och i byggandet av ett ännu starkare varumärke. Men det är viktigt att vi har ett syfte och ett mål med engagemang på exempelvis Facebook.

Vi ska kommunicera och inte bara informera. Detta för att främja öppenhet, transparens och dialog – vilket är viktigt för Far. Fars sida på Facebook ska inte bara vara en digital anslagstavla – det ska vara en sprudlande mötesplats.

Far ska vara en kompetent och trovärdig part i de sociala medierna genom att dela med sig av kunskap från revisions- och

rådgivningsbranschen. Kunskap lockar och attraherar andra.

På frågan om när Far ska börja twittra så är svaret: Tyvärr Stefan – Facebook ligger högre upp på priolistan eftersom Facebook har långt fler användare än Twitter. Men man ska aldrig säga aldrig.

Och helt osynliga i sociala medier är Far inte: du följer väl generalsekreterarens blogg <danbrännström.se> med rss!

Och Fars dotterbolag Far Akademi har redan en Facebook-sida ...

**ÅSA EHLIN
KOMMUNIKATIONSCHEF, FAR.**